



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA

**“ELABORACIÓN DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN
SERVICIO DE CATERING PARA EL RESTAURANTE EL GITANO
DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA. 2014”**

TESIS DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

EDWIN FERNANDO BARRETO QUEVEDO

Riobamba – Ecuador

2015

CERTIFICACION

La presente investigación ha sido revisada y se autoriza su presentación

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Ing. Silvia Gabriela Tapia Segura', is written over a horizontal line.

**Ing. Silvia Gabriela Tapia Segura MSC.
DIRECTORA DE TESIS**

CERTIFICADO

Los miembros de tesis certifican que el trabajo de investigación titulado "Elaboración del Estudio de Factibilidad de un Servicio de Catering para el Restaurante El Gitano de la ciudad de Riobamba. 2014", de responsabilidad del señor Edwin Fernando Barreto Quevedo fue revisada y se autoriza su publicación.

Ing. Silvia Tapia Segura MSC.
DIRECTOR DE TESIS

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Silvia Tapia Segura", written over a horizontal line.

Ldo. Pedro Badillo
MIEMBRO DE TESIS

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Pedro Badillo", enclosed within an oval shape and written over a horizontal line.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Edwin Fernando Barreto Quevedo, declaro que el presenta trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 15 de diciembre del 2015



Edwin Fernando Barreto Quevedo
Cédula de Ciudadanía 060428466-1

AGRADECIMIENTO

A **Dios** todo poderoso creador de todo

A la **Escuela Superior Politécnica de Chimborazo** por
acogerme a lo largo de la carrera

A la **Facultad de Salud Pública, Escuela de Gastronomía**
por brindarnos sus conocimientos para culminar con éxito mi
carrera profesional y por formar profesionales competentes.

A la **Ing. Silvia Tapia**, Directora de Tesis y al Lcdo. **Pedro
Badillo**, Miembro de Tesis por aportar con los conocimientos,
cariño y paciencia para la realización de la presente
investigación.

Edwin Barreto

DEDICATORIA

A mis padres **Wilson** y **Marisol** por estar en todas las etapas de mi vida apoyándome, guiándome, gracias por depositar su confianza en mí, este es un logro suyo, gracias mil gracias.

A mi abuelita y mis hermanas por su apoyo incondicional en todo momento.

A mis amigos los mejores que he tenido, gracias por brindarme su amistad y dejarme vivir tantas alegrías

A todas esas personas que nunca dejaron que me rinda en ningún momento y me impulsaron a seguir adelante.

A todos ellos va dedicada esta tesis de grado

Edwin Barreto

RESUMEN

La presente investigación propone: elaborar el estudio de factibilidad de un servicio de catering para el Restaurante El Gitano; Se utilizaron técnicas de investigación de tipo exploratoria, de campo, descriptiva, bibliográfica y de diseño no experimental. Tomando como fuente de información datos del establecimiento, se aplicó una encuesta que demuestra que existe demanda insatisfecha. Una vez realizado los diferentes estudios se confirmó que es factible la creación de este tipo de empresa. En el estudio de mercado se describió el perfil del cliente, la competencia, los canales de distribución, estrategias de promoción, publicidad, logotipo, slogan y colores que caracterizan al establecimiento, determinando la inversión en gastos del área comercial, gastos de producción, requerimientos de los activos y talento humano, el estudio legal indica los requisitos legales para su funcionamiento, el estudio ambiental ofreció medidas de mitigación para evitar la contaminación del medio ambiente. El estudio financiero arrojó un VAN positivo de \$ 330.514,30 con un periodo de recuperación en el cuarto año que está dentro de la vida útil del proyecto que se realizó para 10 años, con una TIR del 32.25% y la relación beneficio/costo de \$1 dólar con 0.45 centavos indicando que el proyecto es rentable. Este trabajo es una guía adecuada para que futuros establecimientos sumen un servicio de catering a su local matriz con el mínimo de errores posibles, que permita brindar un servicio eficaz y de calidad que cumpla con las expectativas del cliente.

Palabras claves: estudio de factibilidad, servicio de catering, gastronomía, Restaurante El Gitano.



SUMMARY

This research aims to: develop a feasibility study of a catering service for Restaurant El Gitano; the research techniques used were: exploratory, field trip, descriptive, bibliographic and non-experimental design. Taking the establishment data as source of information, it was possible to a survey which evidenced the customers' unmet demand. Once the studies were carried out, it was determined that the creation of this class of food company is feasible. The marketing study described the customers' profile, the competence, the distribution channels, promotion strategies, advertising, logo, slogan and colors which distinguish the business premises, as well as the investment, expenses in the commercial area, production expenses, assets requirements, and human resource. The legal study indicates the legal requirements for operation and the environmental study provided mitigation measures to avoid contamination of the environment. The financial study showed a positive NPV of \$ 330,514.30 with a period of recovery in the fourth year that is within the lifetime of the project was carried out to 10 years, with an IRR of 32.25% and the benefit / cost \$ 1 to \$ 0.45 cents indicating that the project is profitable. This research is an adequate guide to be implemented, so the future premises can have a catering service to its parent home with the minimum of errors, allowing provide effective and quality service that meets customer expectations.

Keywords: feasibility study, catering, food, restaurant El Gitano.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

I.	INTRODUCCIÓN	1
II.	OBJETIVOS.....	2
A)	OBJETIVO GENERAL.....	2
B)	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	2
III.	MARCO TEÓRICOCONCEPTUAL	3
1.	CATERING	3
2.	SERVICIO	11
3.	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	14
4.	ESTUDIO DE MERCADO.....	21
5.	ESTUDIO TÉCNICO.....	24
6.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.....	25
7.	ESTUDIO AMBIENTAL	27
8.	ESTUDIO FINANCIERO	27
IV.	PREGUNTAS CIENTÍFICAS.....	31
V.	METODOLOGÍA	32
A.	LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN	32
B.	VARIABLES.....	33
1.	Identificación.....	33
2.	Definición.....	33
3.	Operacionalización	34
C.	TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	36
D.	POBLACIÓN MUESTRA O GRUPOS DE ESTUDIO.....	37
E.	DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS.....	38
VI.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	41
I.	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	57
A.	NATURALEZA DE LA EMPRESA EN PROYECTO.....	57
B.	VISIÓN Y MISIÓN DE LA EMPRESA	57
C.	DISTINGOS Y VENTAJAS COMPETITIVAS	59
D.	ANÁLISIS DEL SECTOR.....	60
II.	ESTUDIO DE MERCADO	61
A.	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	61
B.	ESTUDIO DE LA DEMANDA.....	62
C.	ESTUDIO DE LA COMPETENCIA	62

D.	CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	63
E.	ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	63
F.	CARGOS Y FUNCIONES DEL ÁREA COMERCIAL Y VENTAS	66
G.	CARGOS Y FUNCIONES DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN	66
H.	DETERMINACIÓN DE INVERSIONES Y GASTOS DEL AREA COMERCIAL	67
III.	ESTUDIO TÉCNICO	68
A.	DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL SERVICIO DE CATERING POR PAX QUE SE ATENDERÁ	68
B.	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	69
C.	DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.	72
D.	PROCESO Y FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN.	73
E.	REQUERIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS Y REALIZABLES.	75
F.	SERVICIOS BÁSICOS Y MANTENIMIENTO.	77
G.	MANTENIMIENTO.....	77
H.	MATERIA PRIMA, INSUMOS Y COMBUSTIBLES	78
I.	DISEÑO TÉCNICO	82
J.	REQUERIMIENTO DEL TALENTO HUMANO.....	84
IV.	ESTUDIO AMBIENTAL	90
V.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL.....	92
A.	ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA	92
B.	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL CATERING	93
C.	PROCESO DE SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL TALENTO HUMANO	94
VI.	ESTUDIO LEGAL.....	95
A.	TIPO DE EMPRESA QUE SE ESTABLECERÁ.....	95
B.	REQUISITOS LEGALES PARA LA CONSTITUCIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA.....	95
C.	OBLIGACIONES FISCALES	96
VII.	ESTUDIO FINANCIERO	96
B.	FUENTES Y USOS DEL PROYECTO.....	97
C.	CLASIFICACIÓN DE LAS INVERSIONES	98
D.	DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS	99
E.	AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS	100
F.	CALCULO DEL PAGO DE LA DEUDA O AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO	100
G.	SUELDOS	101

H.	COSTOS DE MATERIA PRIMA Y VALOR VENTAS	102
I.	ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS	103
J.	ESTRUCTURA DE INGRESOS.....	104
K.	ESTADO DE RESULTADOS.....	104
L.	BALANCE GENERAL.....	105
M.	CÁLCULO DEL FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO.....	106
N.	CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN)	107
VIII.	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	107
1.	Valor Actualizado Neto (VAN)	107
2.	Tasa de Rendimiento Interna (TIR).....	108
3.	Relación Beneficio/Costo.....	108
VII.	CONCLUSIONES	109
VIII.	RECOMENDACIONES	110
IX.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	111
X.	ANEXOS	114

I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día la Gastronomía no está sujeta solo a la preparación de alimentos, sino que engloba todo lo referente a ello, desde la compra de materia prima, hasta la entrega de alimentos ya preparados, es decir listos para su consumo.

La calidad del servicio es un pilar fundamental en empresas que brindan servicios de catering, y estas deben cumplir con puntos importantes para su aceptación en un mercado que es muy competitivo, volviéndose en una necesidad obligatoria para la mayoría de estas; Hoy en día los clientes buscan un servicio que les brinde características como calidad, servicio eficaz y preparaciones gastronómicas acorde a la ocasión y a los parámetros adecuados de la cocina que hagan honor a su dinero.

La presente investigación está compuesta por tres unidades en la primera unidad se abordarán los referentes teóricos, legales y conceptuales sobre la elaboración del Estudio de Factibilidad, Servicio de Catering, Calidad del Servicio así como también las preguntas científicas, metodología de la investigación, el grupo de estudio y la descripción de los procedimientos.

La segunda unidad contiene la presentación y discusión de los resultados de la encuesta, que se realizará de forma clara, breve y organizada de acuerdo con los objetivos, las preguntas científicas planteadas en la investigación.

En la tercera unidad se encuentra la propuesta gastronómica para el Restaurante El Gitano, así como el Estudio de Factibilidad que servirá para darle otra alternativa de Servicio de Catering al cliente.

II. OBJETIVOS

A) OBJETIVO GENERAL

Elaborar el estudio de factibilidad de un servicio de catering para el Restaurante “El Gitano”.

B) OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar el estudio de mercado.
- Determinar el estudio técnico, legal, administrativo, ambiental y financiero.
- Determinar la viabilidad económica para la factibilidad del servicio de catering.

III. MARCO TEÓRICOCONCEPTUAL

1. CATERING

1.1. Definición

Según (Martínez R. , 2010, pág. 69) "Catering es la actividad de prestación de servicios de alimentos en un sitio remoto".

Según (Montes & Silena, 2012, pág. 7) "La palabra catering proviene del idioma inglés, del verbo to **cater**, que significa servir, atender. Su significado recoge también la actividad de proveer con un servicio contratado, especialmente de comida, a clientes en situaciones específicas (hospitales, residencias, comedores escolares, etc.) o eventos de diversos tipos (bodas, bautizos, comuniones, etc.).

Aunque esta palabra no es perteneciente al idioma español, se encuentra hoy en día aceptada en nuestro lenguaje. La Real Academia Española de la lengua la define como:

Servicio de suministro de comidas y bebidas a aviones, trenes, colegios, etc.

El catering es el servicio que ofrece un determinado tipo de comida en eventos de diferentes características y en diversas situaciones como puede ser: comedores escolares, residencias, guarderías, hospitales, etc. Por tanto, es el servicio que supone la atención y el servicio de un conjunto de alimentos".

Según (García, García, & Gil, 2009, pág. 23) "Se define como la actividad que se encarga de la prestación externa de servicios de comida, bien preparada en cocinas centrales, bien elaborada en cocinas in situ (toda la gestión corresponde a la empresa de catering), o subcontratando con terceros la

elaboración total o parcial. Preparación de comidas en grandes cantidades para ser servidas en puntos de consumo separados del lugar donde se elaboran”.

Según (Sesmero, 2010, pág. 7) "*CATERING* se entiende toda aquella actividad hostelera que tiene como finalidad la producción, realización y posterior ejecución de un servicio de comidas y/o bebidas, ésta última en un lugar remoto al centro de producción. Se trata de llevar un servicio a cualquier lugar acordado con el cliente, cubriendo todos aquellos aspectos que pudieran ser necesidades del mismo (alimentos, bebidas, música, mobiliario, decoración, personal de servicio, azafatas, transporte para personas, guías, etc.).

Bien es verdad que con sólo ofrecer servicios de comida, bebida y camareros, ya se podría considerar como un servicio de catering, sin embargo, las empresas que ofrecen estos servicios en la actualidad, suelen complementarlos con la organización integral del evento donde se desarrolle el servicio”.

Según (Gardiner & Housley, 2009, pág. 13) "La industria de catering es muy diversa. Un servicio de catering se define como uno que proporciona alimentos y / o bebidas. Esto se conoce como un proveedor de productos y servicios.

Muchas clases de comerciales (por dinero) operan las empresas en la industria de catering, pero también hay empresas no comerciales en la industria”.

1.2. Origen del Catering

(García, García, & Gil, 2009, pág. 25) "El catering surge en Estados Unidos a principios de los años 70 por dos vías: el ejército buscaba nuevas fórmulas de restauración para poder ofrecer a su personal; y por otro lado, surge a partir de la investigación del personal de la Nasa para poder proporcionar una

alimentación equilibrada, de calidad nutritiva aceptable a los astronautas durante los viajes espaciales.

En los años siguientes, se va desarrollando para adaptarse a los cambios que va sufriendo la sociedad, y que exigen nuevas fórmulas de restauración.

En un principio, el catering surge para los medios de transporte, especialmente el avión y poco a poco se va incorporando a otros sectores, como hospitales, empresas; es decir, todos aquellos lugares en los que se realiza una actividad distinta a la de restauración tendiéndose a subcontratar todas las actividades que no son propias de la empresa, como hospitales, centros escolares, etc”.

(García, García, & Gil, 2009)

1.3. Ventajas de Catering

(Martínez R. , 2010) En el servicio de catering hay que ser conscientes de los detalles que hacen que una ocasión memorable y festivo para que en todo evento que se haga el servicio de catering los clientes e invitados se lleven una buena impresión.

- Te ahorras más tiempo y el desplazamiento innecesario.
- Te ofrece las mejores alternativas del mercado.
- Te optimiza tu presupuesto.
- Te minimiza los posibles problemas de la organización.

En resumen, te ayuda a alcanzar tu fiesta deseada aprovechando al máximo tu tiempo y tu presupuesto”.(Martínez, 2010)

1.4. Características del Catering

- a) Se controla más o menos el número de comensales de los que se depende.
- b) Existe poca o ninguna competencia en los alrededores.

- c) La clientela utiliza este servicio por la mera necesidad de alimentarse.
- d) La oferta no se caracteriza por la gran variedad, pero sí por disponer de precios bastante asequibles.
- e) Aplicación rigurosa de las medidas de seguridad e higiene.
- f) El tiempo de elaboración no guarda relación con el de servicio o consumo.
- g) A su vez, tampoco se centran los horarios del personal de cocina con los de servicios, estableciendo jornadas de trabajo seguidas y con eliminación de horas muertas y producción, por tanto, continuada.
- h) El control de pérdidas y ganancias deberá ser exhaustivo, ya que los precios estarán muy ajustados, y las ganancias dependerán del perfecto control.
- i) Las instalaciones estarán muy mecanizadas, debido a que las producciones se realizan a gran escala.
- j) Se cuida la proporción nutricional del menú.
- k) Las instalaciones de los caterings, se adaptarán al tipo de servicios que éste realice.
- l) Cuidado de la calidad del producto.

1.5. Clasificación del Catering

1.5.1. Social

Se denomina catering social al servicio de alimentos y bebidas fuera del establecimiento de producción, se realiza en lugares escogidos por los clientes y en muchos de los casos en sus propios domicilios como casas, haciendas, clubes, etc.

Su característica fundamental en este tipo de catering es que la razón de estos eventos son de carácter social como son: matrimonios, cumpleaños, bautizos, primeras comuniones, aniversarios, bodas, grados, etc.

1.5.2. Corporativo

Se denomina catering corporativo al servicio de alimentos que se presta a clientes que son de empresas o instituciones que contratan este servicio para el abastecimiento de alimentos que puede ser diaria o en ocasiones especiales como lanzamiento de imagen, prestigio, establecerse en el medio, etc.

Por lo general las corporaciones contratan este servicio para eventos como por ejemplo: buffets, comidas especiales con menú fijo, cócteles, coffebreak, servicio de té, desayunos especiales, Bruch entre otros.

1.5.3. Catering de Aviación.

Se basa en la preparación de comidas para el consumo de los pasajeros y la tripulación que vaya a bordo de la aeronave y por lo regular se lo realiza separado de las instalaciones del aeropuerto.

Están incluidas dentro de esta categoría aquellas otras que suministran comidas a los bares, cantinas de los aeropuertos, y que de forma habitual pueden preparar en sus cocinas.

1.5.4. Catering de Ferrocarriles.

Se basa en la preparación de comida para consumo de pasajeros a bordo de trenes de diferentes tipos, y se lo realiza normalmente en un lugar cerca de la estación del ferrocarril.

1.5.5. Sea Catering.

Son aquellas donde se preparan comidas, se lo hace normalmente en lugares cerca de los puertos los mismos que son consumidos por las tripulaciones y los

pasajeros que se encuentran a bordo de los buques ya sea de carga o de pasaje.

1.5.6. Cocinas Centrales.

Son industrias que preparan comida en su propia localidad para luego ser distribuidas a distintos lugares las que deben ser colectividades como escuelas, empresas en general, hospitales, etc.

Teniendo en consideración que la característica esencial de este tipo de industria es la conservación de sus preparados, desde el momento de la elaboración hasta su consumo, esto se realiza mediante la variación controlada de la temperatura, estos dan lugar a dos sistemas de cocinas centrales que son:

Conservación en caliente.

Conservación frío.

1.6. Tipos de Catering

Según (Martínez M. , 2008)“existe una gran variedad de tipos de catering entre los que tenemos los siguientes:

a) Catering Aperitivo:

Este servicio tiene una duración de entre 15 a 30 minutos. Se realiza un cálculo de dos bocados por persona.

b) Catering Cocktail:

El horario estimado de realización es de 11 a 13 o de 19 a 21 horas. Se calculan de quince a veinte bocados por personas; salados 2/3 y dulce 1/3.

c) Catering Recepción:

Dura aproximadamente tres horas y frecuentemente se realiza a las 20 horas. Se calculan de dieciocho a veinte bocadillos por persona; de los cuales 2/3 son salados y 1/3 dulce.

d) Catering Recepción Buffet:

Al igual que el anterior, su duración es de tres horas y el horario estimado es a las 20 horas. Pero en este caso, se ofrecen variedades de platos fríos, calientes y guarniciones.

e) Catering Recepción, Comida o Banquete:

Se contrata para eventos de larga duración, ya que se calculan entre seis y ocho horas y su horario estimado es de 22 horas. En este catering se calculan seis bocados para la recepción y luego, en la cena, encontramos la entrada, el plato principal, el postre, un servicio de café, el brindis, la mesa dulce y el final de la fiesta.

f) Catering Desayuno de Trabajo:

Se calculan entre tres a cinco bocados por hora por persona y se puede elegir entre continental o americano, entre otros.

g) Catering Brunch:

Es la combinación del desayuno y el almuerzo (breakfast – lunch), su horario estimado de servicio es a las 11 horas y su duración aproximada es de una hora y media.

h) Catering Vernissage:

Se ofrecen dos bocados por persona, champagne y vino. Este catering se realiza mayormente en inauguraciones de muestras de pinturas.

i) Catering Vino de Honor:

El horario de servicio de este catering es aproximadamente de 11.30 a 12.30 o de 18 a 19 horas. Se calculan dos bocados por persona y se sirven también vinos, y dulces, como oporto y jerez.

j) Catering Coffee Break:

Se ofrece café, té, jugos y bocaditos salados y dulces. Dura entre 15 y 30 minutos y es básicamente un corte o recreo”.

1.7. Áreas de un Catering

Según (Sesmero, 2010, pág. 10)”Para llevar a cabo todo este trabajo, habrá que contar con un número de profesionales adecuado de cada especialidad, divididos en áreas, departamentos o secciones, encargados cada uno de una parcela distinta de trabajo.

Para ello, la empresa de catering se divide principalmente en cuatro grandes áreas, que pueden dar lugar a distintos departamentos o secciones:

1.7.1. Área de Producción.

Como pasa en la industria hostelera, la producción será el centro neurálgico y caldera de toda la maquinaria. Es una cocina central adaptada al tipo de oferta u ofertas, que se hacen llegar a los clientes, con sus zonas de almacenamiento propias, sus distintas secciones, su brigada fija dividida en partidas, y con un sistema de producción adecuado a la clientela a la que se destina el trabajo

1.7.2. Área de Logística.

Es quizá, el más complejo y el que más tareas distintas abarca. Puede estar dividido en muchas secciones, incluidas el servicio, el transporte, el montaje, las compras, y el almacenaje de maquinaria y mobiliario, entre otras. Tendrá

como misión conseguir todo aquello que sea necesario para que la empresa lleve a cabo su trabajo en la organización del evento.

1.7.3. Área de Diseño de eventos.

Esta es una de las áreas más especializadas de toda la empresa. Su trabajo consiste en, una vez que ha concretado con el cliente cómo quiere que sea el evento completo, dirigir de forma integral la coordinación de todos los aspectos que confluirán en el mismo. Serán los encargados de pasar a los distintos departamentos los "pedidos de servicio" que se requieren de cada uno de ellos para el desarrollo del evento.

1.7.4. Área Comercial.

Es el departamento externo de la empresa. Ellos son los encargados de promocionar, presentar y dar a conocer la imagen de la empresa y sus productos. Captan clientes, ofrecen productos y servicios, y se encargan de la comunicación de los eventos entre los asistentes, si el cliente así lo requiere.

2. SERVICIO

2.1. Definición

Según (Vértice, 2008, pág. 3) El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera además del producto o del servicio básico como consecuencia del precio, la imagen, y la reputación del mismo. Por ejemplo: El comprador de un Mercedes espera cierto número de prestaciones: antes, durante, y después de la compra, tales como, demostraciones, prueba del vehículo, soluciones financieras a su medida, reparaciones rápidas, que no haya averías, etc.

2.2. Características del Servicio.

El servicio se produce en el instante de prestarlo, no se puede crear de antemano o mantener una preparación.

Un servicio no se puede producir, inspeccionar y almacenarlo

La persona que recibe el servicio no tiene nada tangible, el valor del servicio depende de su experiencia personal.

La experiencia no se puede vender o pasar a un tercero.

Si se prestó inadecuadamente, un servicio no se puede “revocar”.

La seguridad de la calidad debe ocurrir antes de la producción, y no después de la producción, como sería el caso de una situación de manufactura.

La prestación del servicio requiere interacción humana.

Las expectativas del receptor del servicio son parte integral de su satisfacción con el resultado, el servicio es subjetivo.

Mientras más gente tenga que encontrar el cliente durante la prestación del servicio, menos probabilidades hay que quedar satisfecho con ese servicio.

2.3. Clases de Servicio

Para el estudio del tema en investigación se ha tomado en cuenta los siguientes servicios.

2.3.1. Servicio de Valor Agregado

Este servicio da inicio a la competencia entre establecimientos para mejorar la calidad del producto y del servicio, es decir una competencia en beneficio del cliente ya que de ellos dependerá la vida del establecimiento.

El valor agregado se lo enfoca como una cortesía para los clientes, la misma que no tiene valor, este servicio es intangible el que podrá ser evaluado una

vez que haya probado el producto, en otras palabras el producto como tal, la cantidad, y el precio, obteniendo como resultados un cliente satisfecho.

La buena utilización del valor agregado le distingue a cada empresa del resto y se convierte en una empresa competitiva, este servicio en la actualidad es muy utilizado por los empresarios.

2.3.2. Servicio personal no calificado

Debido a la inestabilidad económica y política en el Ecuador un gran porcentaje de población de clase media y baja se han visto obligados a dejar los estudios y poder trabajar en cualquier oficio para poder sobrevivir, obteniendo así una mano de obra no calificada.

2.3.3. Servicio Masivo para Consumidores

A medida que aumenta la riqueza de una población se crea el poder discrecional de compra la cual da origen a industrias de servicios. Esta demanda de servicio da inicio a que los consumidores puedan disfrutar y obtener un buen servicio.

2.3.4. Servicio Comercial de alta Tecnología

Este servicio es utilizado para las industrias grandes con la finalidad de automatizar la producción de bienes, procesamiento de datos, conduciendo así a una mayor competencia y una mayor demanda de servicio que crean eficiencia y efectividad. También hay mayor conciencia de que un servicio se maneja en forma diferente a una mercadería. La relación del comprador y vendedor debe ser permanente cuyo objetivo consiste en que el comprador siga contento con el vendedor aún después del negocio, obteniendo un beneficio mutuo y una promesa de continuar negociando.

2.4. Cultura de Servicio

Toda organización no debe tener a la calidad del servicio como un simple lema si no deben tenerla como un mandato diario que se debe cumplir estrictamente. La Cultura de Servicio abarca calidad, capacitación, personal, limpieza, valores, estándares, los cuales la gerencia deben ser los principales usuarios, ya que de ellos dependerá transmitir sus conocimientos de cultura a todos los empleados y poder crear una Cultura de Servicio en la organización. Si la organización no demuestra que el servicio es lo más importante que se puede ofrecer al cliente no lo será para el empleado de la empresa.

2.5. La Calidad en el Servicio

La calidad del servicio es un factor fundamental en la decisión de compra; la competencia cada vez es mayor la cual atrae al cliente por tener diversidad de servicios y poder escoger. Ahora los consumidores son más selectivos ya que sus exigencias en la calidad aumentan para obtener lo mejor.

La calidad no se produce de una manera global y única para cada operación comercial, sino de manera detallada y múltiple.

3. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

3.1. Definición

Según (Sapag, 2004, pág. 6) "Es el estudio más acabado de la pre inversión, en el cual se efectúa un análisis profundo de las alternativas que se apreciaron como viables en el estudio de factibilidad. Los antecedentes que en esta etapa se usarán deben ser precisos y obtenidos mayoritariamente de fuentes primarias de información. Las variables cualitativas son mínimas, en

comparación con las etapas anteriores. El cálculo de las variables económicas debe ser lo suficientemente demostrativo para justificar la valorización de los distintos ítems del flujo de ingresos”.

(Blanco, 2007) Toda organización enfrenta el problema de escasez de recursos a disponer (monetarios, materiales, personas, etc.). Las organizaciones con fines de lucro siempre buscan la forma eficiente de invertir estos recursos, para incrementar la rentabilidad de sus inversiones. Para ello, utilizan la planificación estratégica y realizan un análisis interno y externo, con el fin de determinar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, para generar estrategias que se orienten a la minimización de las debilidades, uso eficiente de las fortalezas, aprovechamiento de las oportunidades y la mitigación de las amenazas. La forma de implementar estas estrategias es a través de proyectos, bien sea para diversificar sus productos o servicios o ampliar la organización. La empresa buscará invertir en aquellos proyectos más rentables para la organización. La herramienta que se usa para clasificar o para darle prioridad al proyecto que se va a emprender es el estudio de factibilidad del proyecto de inversión, que como lo señala”(Blanco, 2007)“su objetivo principal es determinar la factibilidad social, económica y financiera del flujo de fondos”.

“Un estudio de factibilidad debe estar comprendido por tres grandes estudios: el estudio de mercado, estudio técnico y finalmente el estudio económico financiero”. (Blanco, 2007)

Según (Brian Cooper, 2002, p. 30)“El estudio de factibilidad comprende una evaluación de la oferta y de la demanda de su operación específica. Hay firmas especializadas de hacer la investigación, acopiar los datos y analizar los resultados por usted, pero contratar una puede ser muy costoso.

No obstante, quizá le convenga contratar a un consultor externo, si su conocimiento de la industria o el tiempo que se podría disponer para hacer el trabajo en el terreno no son suficientes.

Con una tasa de quiebras del más del doble del promedio de los negocios en general, es esencial que quienes quieran abrir un restaurante investiguen todos sus aspectos”.

3.2. Componentes del Estudio de Factibilidad

Según (Brian Cooper, 2002, p. 32) estos son los componentes clave de un estudio de factibilidad.

Análisis del mercado en cuestión.

Perfil demográfico.

Perfil económico.

Análisis de la competencia.

Perfil de la industria y del turismo.

Atracciones culturales y recreativas.

Mercado de finca raíz.

3.3. Objetivos de un Estudio de Factibilidad.

(Ramírez, Vidal, & Domínguez, 2009) El objetivo central del estudio de factibilidad se basa en la necesidad de que cada inversión a acometer esté debidamente fundamentada y documentada, donde las soluciones técnicas, medio ambientales y económicas-financieras sean las más ventajosas para el país. Por otra parte, debe garantizar que los planes para la ejecución y puesta en explotación de la inversión respondan a las necesidades reales de la economía nacional entonces se diría que los objetivos son:

- Saber si podemos producir algo.
- Conocer si la gente lo comprará.
- Saber si lo podremos vender.
- Definir si tendremos ganancias o pérdidas.
- Definir si contribuirá con la conservación, protección y/o restauración de los recursos naturales y el ambiente.
- Decidir si lo hacemos o buscamos otro negocio.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aprovechar al máximo los recursos propios.
- Reconocer cuáles son los puntos débiles de la empresa y reforzarlos.
- Aprovechar las oportunidades de financiamiento, asesoría y mercado.
- Tomar en cuenta las amenazas del contexto o entorno y soslayarlas.
- Iniciar un negocio con el máximo de seguridad y el mínimo de riesgos posibles.
- Obtener el máximo de beneficios o ganancias.

3.4. Etapas del Estudio de Factibilidad

(Ramírez, Vidal, & Domínguez, 2009) "El proceso de evaluación de inversiones está estrechamente relacionado con el concepto de proyecto de inversión.

Podemos definir un proyecto de inversión como: conjunto de acciones que son necesarias para llevar a cabo una inversión, la cual se realiza con un objetivo previamente establecido, limitado por parámetros temporales, tecnológicos, políticos, institucionales, ambientales y económicos.

El análisis de factibilidad forma parte del ciclo que es necesario seguir para evaluar un proyecto. Un proyecto factible, es decir que se puede ejecutar, es el que ha aprobado cuatro estudios básicos:

1. Estudio de factibilidad de mercado.
2. Estudio de factibilidad técnica.
3. Estudio de factibilidad medio ambiental.
4. Estudio de factibilidad económica-financiera.

La aprobación o "visto bueno" de cada evaluación la llamaremos viabilidad. Estas viabilidades se deben dar al mismo tiempo para alcanzar la factibilidad de un proyecto, ya que dentro de este tendrán iguales niveles de importancia a la hora de llevarlo a cabo; entonces con una evaluación que resulte no viable, el proyecto no será factible. Para realizar un análisis de factibilidad que realmente contribuya al proceso de toma de decisión, es necesario tener en cuenta que cada uno de estos estudios se cumplió y sirven de base para el que le sigue en el orden antes establecido".

3.5. Tipos de estudio de factibilidad

3.5.1. Factibilidad Operativa.

Se refiere a todos aquellos recursos donde interviene algún tipo de actividad (Procesos), depende de los recursos humanos que participen durante la operación del proyecto. Durante esta etapa se identifican todas aquellas actividades que son necesarias para lograr el objetivo y se evalúa y determina todo lo necesario para llevarla a cabo.

3.5.2. Factibilidad Técnica.

Se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto. Generalmente nos referimos a elementos tangibles (medibles). El proyecto debe considerar si los recursos técnicos actuales son suficientes o deben complementarse.

3.5.3. Factibilidad Económica.

Se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos y/o para obtener los recursos básicos que deben considerarse son el costo del tiempo, el costo de la realización y el costo de adquirir nuevos recursos.

Generalmente la factibilidad económica es el elemento más importante ya que a través de él se solventan las demás carencias de otros recursos, es lo más difícil de conseguir y requiere de actividades adicionales cuando no se posee.

3.6. Estructura del Estudio de Factibilidad.

Según (Ramírez, Vidal, & Domínguez, 2009) "El modelo propuesto para la realización de estudios de factibilidad es una combinación de elementos técnicos y económicos, donde aparecen como aspectos fundamentales la creación de un grupo de expertos para la realización de la tarea y la posibilidad de analizar la inversión, desde el punto de vista de criterios cualitativos y cuantitativos, entre otros elementos. El modelo que aparece a continuación recoge los siguientes elementos de análisis:

- Información General del Proceso Inversionista.
- Identificación del Mercado Potencial y los Segmentos que se trabajarían.
- Análisis de las Demandas y Ofertas que se Originan por la Inversión.
- Valoración de la Competencia Existente.
- Especificaciones del Proyecto de inversión.
- Elaboración del Cronograma de Ejecución de la Inversión.
- Evaluación Económica Financiera.
- Criterios Cuantitativos.
- Criterio Cualitativo.
- Conclusiones de Factibilidad Económica.
- Análisis de Riesgo o de Incertidumbre en la evaluación de Proyectos".

4. ESTUDIO DE MERCADO

4.1. Definición de Estudio de Mercado

Según (Baca, 2006, pág. 7) “Con este nombre se le denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y de la oferta, el análisis de los precios y el estudio de comercialización”.

4.2. Objetivos del Estudio de Mercado

Según (Baca, 2006, pág. 13) El estudio de mercado tiene los siguientes objetivos.

4.2.1. Objetivo General

Conocer, comprender y aplicar una metodología para realizar un estudio de mercado enfocado a la evaluación de proyectos.

4.2.2. Objetivos Específicos

Definir que es demanda, oferta, precio y comercialización.

Explicar cuál es el procedimiento general de la investigación de mercados.

Diferenciar los canales de comercialización que existe para la venta de un producto”.

4.3. Etapas del Estudio de Mercado

Según (Sapag & Sapag, 1991, pág. 59) "Aunque hay diversas formas de definir el proceso de estudio del mercado, la más simple es aquella que está en función del carácter cronológico de la información que se analiza. De acuerdo con esto, se definirán tres etapas:

- Análisis histórico del mercado.
- Análisis de la situación vigente.
- Análisis de la situación proyectada.

Teniendo presente el objetivo que se señaló para el estudio de mercado, el ***análisis de la situación proyectada*** es el que tiene realmente interés para el preparador y evaluador del proyecto. Sin embargo, cualquier pronóstico tiene que partir de una situación dada, para ello se estudia la situación vigente, la cual, a su vez, es el resultado de una serie de hechos pasados.

En este sentido, el ***análisis histórico*** pretende lograr dos objetivos específicos. Primero, reunir información de carácter estadístico que pueda servir, mediante el uso de alguna de las técnicas que se tratan en el capítulo siguiente, para proyectar esa situación a futuro, ya se trate de crecimiento de la demanda, oferta o precio de algún factor o cualquier otra variable que se considere valioso conocer a futuro. El segundo objetivo del análisis histórico se refiere a evaluar el resultado de algunas decisiones tomadas por otros agentes del mercado, para identificar los efectos positivos o negativos que se lograron. La importancia de reconocer una relación de causa a efecto en los resultados de la gestión comercial reside en que la experiencia de otros puede evitar cometer

los mismos errores que ellos cometieron y repetir o imitar las acciones que les produjeron beneficios.

Cuando muchas empresas se han introducido en el negocio que se está evaluando y muchos han sido los fracasos y quiebras de empresas, se hace imprescindible la determinación de las causas de esta situación. De igual forma, la medición del efecto de ciertas medidas gubernativas sobre el sector, las estrategias comerciales y los resultados logrados por las actuales empresas potencialmente competidoras del proyecto, la lealtad intrasable de los consumidores o las variables que indujeron cambios en sus motivaciones y hábitos de consumo son, entre muchos otros, los factores que explican el pasado y probablemente en gran parte explicarán el futuro. Normalmente, serán estos antecedentes los que, unidos a una proyección basada en datos estadísticos del pasado, permitirán la estimación más adecuada que de ninguna manera garantiza su realismo y exactitud de la variable que se desea pronosticar.

De suma importancia en este estudio será conocer la participación que han tenido las empresas en el mercado, las características y evolución de la oferta de productos similares y sustitutos del que se elaborará con el proyecto, la composición y evolución de la demanda, etcétera. Para cada uno de estos aspectos, llegar a explicar la relación de causa a efecto que determinó las variaciones en el pasado, debe ser un objetivo prioritario, aunque difícil de lograr.

El **estudio de la situación vigente** es importante, porque es la base de cualquier predicción. Sin embargo, su importancia relativa es baja, ya que difícilmente permitirá usar la información para algo más que eso. Esto se debe a que al ser permanente la evolución del mercado, cualquier estudio de la situación actual puede tener cambios sustanciales cuando el proyecto se esté implementando. En muchos estudios a nivel de perfil o prefactibilidad se opta por usar la información cuantitativa vigente como constante a futuro, en consideración de que el costo de depurar una cifra proyectada normalmente no es compensado por los beneficios que dé la calidad de la información.

De acuerdo con lo señalado, el **análisis de situación futura** es el más relevante para evaluar el proyecto. Pero también aquí es preciso señalar una salvedad: la información histórica y vigente analizada permite proyectar una situación suponiendo el mantenimiento de un orden de cosas que con la sola implementación del proyecto se debería modificar. Esto obliga, entonces, a que en la situación proyectada se diferencie la situación futura sin el proyecto y luego con la participación de él, para concluir con la definición del mercado para el mismo”.

5. ESTUDIO TÉCNICO

Según (Erossa, 2004, pág. 27) “Abarca la descripción técnica del proyecto, como:

- Las investigaciones técnicas preliminares y los problemas especiales de ingeniería que plantea el proyecto.
- Selección de los procesos de elaboración.

- Especificación de los equipos y estructuras y la justificación del grado de mecanización adoptado.
- La cantidad y calidad de los insumos requeridos.
- Los problemas técnicos y diagramas de circulación relativos al montaje y realización del proyecto.
- La determinación de la capacidad de producción a instalar.
- Determinar la localización de la nueva unidad productora”.

6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

(Sapag & Sapag, 1991) “Uno de los aspectos que más abandonados se presentan en el estudio de proyectos es aquel que se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de su administración: organización, procedimientos administrativos y aspectos legales.

Para cada proyecto es posible definir una estructura organizativa que más se adecúe a los requerimientos de su posterior operación. Conocer esta estructura es fundamental para definir las necesidades de personal calificado para la gestión y, por lo tanto, estimar con mayor precisión los costos indirectos de la mano de obra ejecutiva.

Al igual que en los estudios anteriores, es preciso simular el proyecto en operación. Para ello deberán definirse con el detalle que sea necesario los procedimientos administrativos que podrían implementarse junto con el proyecto. Pueden existir diferencias sustanciales entre los costos de llevar registros normales versus computacionales, y mientras en unos proyectos convenga la primera modalidad, en otros puede ser más adecuada la segunda.

La decisión de desarrollar internamente actividades que pudieran subcontratarse influye directamente en los costos por la mayor cantidad de personal que pudiera necesitarse, la mayor inversión en oficinas y equipamiento, el mayor costo en materiales y otros insumos, etcétera. Como puede apreciarse, una decisión que pareciera también ser secundaria lleva asociados una serie de inversiones y costos que ningún estudio de proyectos podría obviar.

Bastaría un análisis muy simple para dejar de manifiesto la influencia de los procedimientos administrativos sobre la cuantía de las inversiones y costos del proyecto. Los sistemas y procedimientos contable-financieros, de información, de planificación y presupuesto, de personal, adquisiciones, crédito, cobranzas y muchos más, van asociados a costos específicos de operación.

Los sistemas y procedimientos que definen a cada proyecto en particular determinan también la inversión en estructura física. La simulación de su funcionamiento permitirá definir las necesidades de espacio físico para oficinas, pasillos, estacionamiento, jardines, vías de acceso, etcétera.

Ninguna de estas consideraciones puede dejarse al azar. De su propio análisis se derivarán otros elementos de costos que, en suma, podrían tomar no rentable un proyecto que, según estimaciones preliminares, haya parecido conveniente de implementar.

Tan importante como los aspectos anteriores es el estudio legal. Aunque no responde a decisiones internas del proyecto, como la organización y procedimientos administrativos, influye indirectamente en ellos y, en consecuencia, sobre la cuantificación de sus desembolsos.

Los aspectos legales pueden restringir la localización y obligar a mayores costos de transporte, o bien pueden otorgar franquicias para incentivar el

desarrollo de determinadas zonas geográficas donde el beneficio que obtendría el proyecto superaría los mayores costos de transporte”.

7. ESTUDIO AMBIENTAL

El Estudio de Impacto Ambiental está orientado a determinar, en forma concreta la interacción de un establecimiento con el medio ambiente. El alcance del estudio debe comprender la situación presente y la proyección futura. Al anticipar la evolución de las instalaciones en el tiempo, la institución puede tomar las medidas necesarias para corregir o implementar normas y modificaciones que le permitan adecuarse y optimizar el impacto en el medioambiente que puede ocasionar el establecimiento industrial. El estudio de impacto ambiental, tiene diferentes etapas relacionados con la vida misma de la empresa. En el transcurso de dichas etapas los términos utilizados para referirse a la relación con el medio ambiente, varían según la situación histórica de la institución.

8. ESTUDIO FINANCIERO

Según (Erossa, 2004, pág. 28)”Cálculo de las inversiones. Se refiere al cálculo de las inversiones totales en moneda nacional y extranjera que el proyecto requiere, considerando la inversión en activo fijo y el capital de trabajo o circulante, establecerá así, la estructura del capital del proyecto.

Presupuesto de costos e ingresos y organización de los datos para la evaluación. Se refiere al cálculo estimativo de los costos e ingresos que resultarían del funcionamiento del proyecto; en él incluyen to dos aquellos

antecedentes necesarios para evaluar el proyecto, tales como presupuestos y disponibilidad de la mano de obra, análisis sobre costos fijos y variables, etc.

Financiamiento. Se analizan problemas relacionados con la especificación de las fuentes financieras a que se recurrirá, y la manera en que se proyecta canalizar estos recursos para convertir en realidad la iniciativa.

Existen relaciones recíprocas entre los aspectos antes citados, por ejemplo: el tamaño de la demanda que ha de atenderse tendrá una influencia muy importante en la decisión respecto a la capacidad o tamaño del proyecto, pero la magnitud del mercado dependerá, entre otras cosas, de la localización de la empresa, resultando así una estrecha relación entre tamaño, localización y mercado”.

MARCO LEGAL

De acuerdo a la normativa legal vigente en el país la investigación sobre Elaboración del Estudio de Factibilidad de un servicio de catering para El Restaurante El Gitano se sustentó en la Constitución del Ecuador en el Capítulo dos de los derechos del Buen Vivir, sección primera agua y alimentación que dice:

Art. 13.-Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.

El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria.

Así como también nos dice que de Acuerdo al reglamento de buenas prácticas de manufactura para alimentos procesados en el título 1, capítulo 1, ámbito de operación manifiesta en el

Art. 1.- Las disposiciones contenidas en el presente reglamento son aplicables:

- a. A los establecimientos donde se procesen, envasen y distribuyan alimentos.
- b. A los equipos, utensilios y personal manipulador sometidos al Reglamento de Registro y Control Sanitario, exceptuando los plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola, a los cosméticos, productos higiénicos y perfumes, que se registrarán por otra normativa.
- c. A todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envasado, empaçado, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.
- d. A los productos utilizados como materias primas e insumos en la fabricación, procesamiento, preparación, envasado y empaçado de alimentos de consumo humano.

MARCO CONCEPTUAL

Para una mejor comprensión del trabajo de investigación se definen algunos de los términos.

Catering: Servicio de suministro de comidas y bebidas a aviones, trenes, colegios, etc.

Servicio: Acción y efecto de servir.

Calidad: Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor.

Cliente: persona que utiliza con asiduidad, los servicios de un profesional o empresa.

Alimenticio: Que alimenta o tiene la propiedad de alimentar.

Sector: Cada una de las partes de una colectividad, grupo o conjunto que tiene caracteres peculiares y diferenciados.

Estudio: Esfuerzo que pone el entendimiento aplicándose a conocer algo.

Factibilidad: Cualidad o condición de factible.

Empresa: Acción o tarea que entraña dificultad y cuya ejecución requiere decisión y esfuerzo.

Mercado: Contratación pública en lugar destinado al efecto y en días señalados.

Evento: Suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva.

Social: Perteneciente o relativo a una compañía o sociedad, o a los socios o compañeros, aliados o confederados.

Restaurante: Establecimiento público donde se sirven comidas y bebidas, mediante precio, para ser consumidas en el mismo local.

IV. PREGUNTAS CIENTÍFICAS

¿Cómo se inicia el estudio de factibilidad para el servicio de catering?

¿Cuáles son los estudios que debe tener el servicio de catering para la realización del estudio de factibilidad?

¿Cuándo se determinará la viabilidad económica para la factibilidad del servicio de catering?

V. METODOLOGÍA

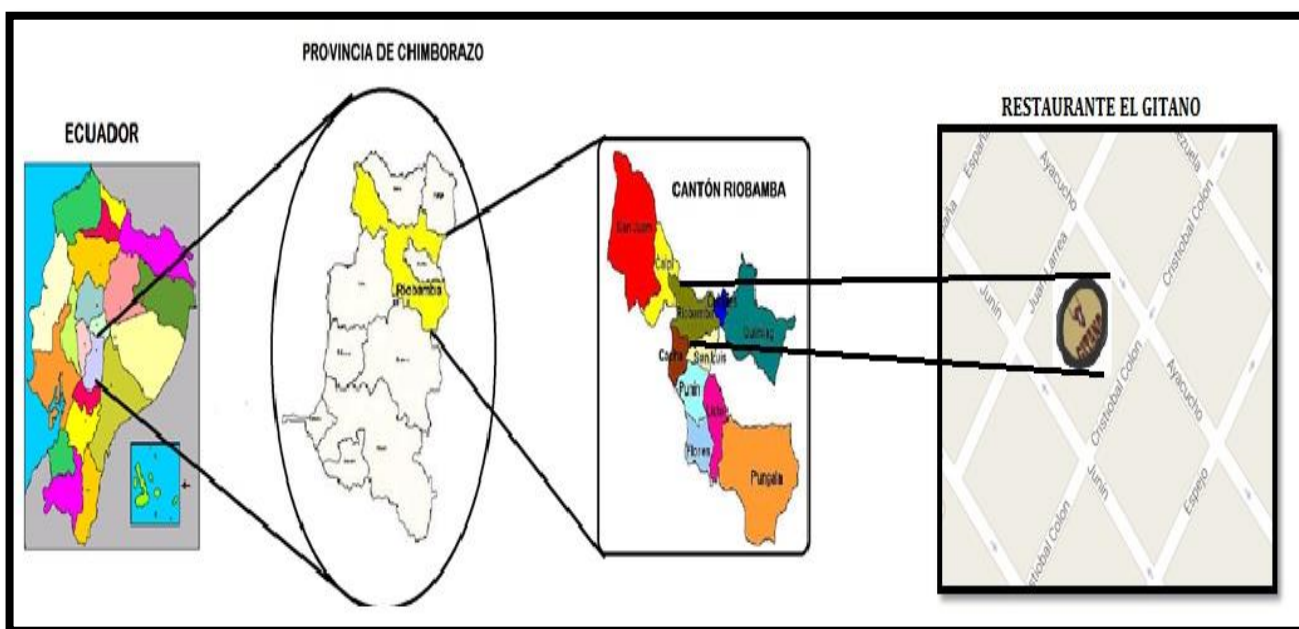
A. LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN

La Elaboración del Estudio de factibilidad de un Servicio de Catering para el Restaurante el Gitano, se realizó en la región sierra centro del Ecuador, Provincia de Chimborazo, Cantón Riobamba, Ciudad de Riobamba, zona centro de la ciudad en el Restaurante El Gitano ubicado en las calles Ayacucho y Cristóbal Colón.

La cual tuvo una duración de 6 meses (180 días) a partir del mes de octubre 2014 a febrero 2015, mismos que están distribuidos para la recolección de información, aplicación del instrumento, tabulación, análisis de los resultados y la evaluación financiera.

GRÁFICO N° 00

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO



Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

B. VARIABLES

1. Identificación

Variable Independiente

Falta de Establecimientos que brinden Servicios de Catering de calidad.

Variable Dependiente

Elaboración de un estudio de factibilidad de un Servicio de Catering.

2. Definición

Calidad: La calidad es una herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie.

Servicio: Servicio son las actividades que intentan satisfacer las necesidades de los clientes.

Estudio de factibilidad: Es el análisis amplio de los resultados financieros, económicos y sociales de una inversión.

Servicio de catering: Servicio profesional que se dedica preferentemente al suministro de comida preparada, pero también puede abastecer de todo lo necesario para organizar un banquete o una fiesta.

3. Operacionalización

VARIABLE	CATEGORÍA	INDICADOR
VARIABLE INDEPENDIENTE	Calidad	Porcentaje de Calidad Adecuada Inadecuada
Calidad del servicio		
Geográfica	Local	Provincia Cantón Ciudad (Riobamba) Parroquia
Demográfica	Género	Masculino Femenino
VARIABLE DEPENDIENTE	Estudio de mercado	% de aceptación Producto Demanda Oferta Precio Comercialización
Estudio de factibilidad para un servicio de catering		
	Estudio técnico	Tamaño Localización Ingeniería del proyecto
	Estudio legal	Permisos Bases legales Patentes
	Estrategias de marketing	Promoción Cobertura del mercado Diseñar políticas de ventas Establecer líneas de publicidad
	Estudio ambiental	Medidas de mitigación Plan de manejo

		ambiental
	Inversiones del proyecto	Inversiones fijas Activos diferidos Capital de trabajo
	Financiamiento	Préstamo Capital propio
	Evaluación financiera	Flujo de caja Van Tir R B/C

C. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para el estudio de factibilidad se utilizó la investigación:

Exploratoria. *“Que se realiza para familiarizarse con un objeto de estudio poco conocido o poco estudiado y sobre el cual únicamente hay guías generales o muy vagas”*(Pacheco, 2006, pág. 48) que ayudó a recolectar información de una manera sencilla y en poco tiempo. **De Campo.** *“Es aquella en que el mismo objeto de estudio sirve como fuente de información para el investigador”* (Cázeres, Christen, & Jaramillo, 1999, pág. 18) porque se aplicó instrumentos a personas y esto nos dio información para la discusión de los resultados. **Descriptiva.** *“La consideran un método o una técnica para recoger o analizar datos”* (Cerdeña, 1993, pág. 71) porque se describió todas las fases para la realización de esta investigación. **Bibliográfica.** *“Se encamina a explorar los libros publicados sobre un tema o problema específico, con el propósito de investigar, identificar, describir y clasificar la información”*(Muñoz, 2011, pág. 105) ya que se recopiló información de libros que fueron utilizados para la realización de esta investigación. **De corte transversal.** *“Son aquellas en las cuales se obtiene información del objeto de estudio (población o muestra) una única vez en un momento dado”* (Bernal, 2010, pág. 118) ya que tiene una fecha de inicio y por ende tiene establecido una fecha para finalizar la investigación y de **Diseño no Experimental.** *“Los métodos de investigación no experimentales no establecen ni pueden probar relaciones causales o explicativas entre variables”* (Arredondo, Ascencio, Cid, & Micheli, 2005, pág. 41) porque los métodos y técnicas que se aplicaron para la realización de esta investigación ya existen y se adaptaron al estudio de factibilidad.

Métodos

Método teórico. “Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para obtener conclusiones particulares” (Morán & Cervantes, 2010, pág. 12)

Método empírico. “ La Investigación Empírica se basa en la acumulación de datos que posteriormente se analizan para determinar su significado.

Método estadístico. Consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación.(Reynaga, 1996, pág. 23)

D. POBLACIÓN MUESTRA O GRUPOS DE ESTUDIO

1. Población

La población para esta investigación fueron hombres, mujeres de la ciudad de Riobamba de todas las edades y de los diferentes estratos sociales que visitan con frecuencia el Restaurante El Gitano para degustar de sus preparaciones, que se obtuvo de acuerdo al registro de facturación del restaurante en el periodo de marzo 2014 a mayo 2014.

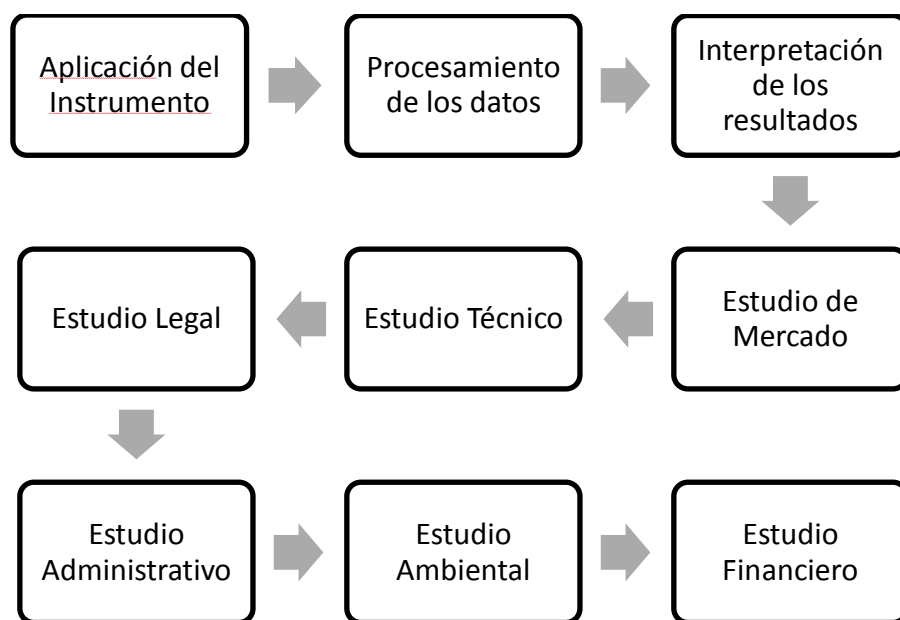
2. Muestra

Para este estudio de investigación se aplicó una muestra aleatoria simple, que nos permitió escoger a los clientes que asistieron al Restaurante en el periodo escogido del registro facturación.

Por lo tanto las encuestas se aplicaron a 30 clientes que fueron escogidos al azar. Ver **Anexo N° 2**

Muestreo aleatorio simple. “Una muestra aleatoria simple se elige de tal manera que cada muestra posible del mismo tamaño tiene igual probabilidad de ser seleccionada de la población.” (Benassini, 2009, pág. 187)

E. DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS



1. Aplicación del Instrumento

En esta fase de la investigación, se realizó la aplicación del instrumento el cual fue la encuesta que se aplicó a los clientes del establecimiento.

2. Procesamiento de la información

Una vez obtenido los datos se procedió a realizar el respectivo procesamiento de la información para el cual se utilizó el programa Microsoft Excel 2010, también se tabuló los datos obtenidos en la encuesta, que fueron estudiados pregunta por pregunta así como también se realizó los respectivos gráficos utilizando pasteles.

3. Interpretación de los resultados

Se interpretaron los resultados, con el apropiado y puntal apoyo teórico, obteniendo los datos, que sirvieron de base, para la comprobación de los objetivos, así como para el establecimiento de las conclusiones y recomendaciones pertinentes.

4. Estudio de Mercado

En este punto de la investigación con todos los instrumentos aplicados, el procesamiento de datos, y la interpretación de los resultados se procedió a la realización correspondiente del estudio de mercado el cual nos ayudó a saber el tipo de servicio que se prestará, a los clientes que va dirigido, la competencia, el medio de distribución del producto, estrategias de promoción y publicidad, slogan, etc. que nos ayudó para desarrollar este proyecto.

5. Estudio Técnico

Para la elaboración del estudio técnico se tomó en cuenta el número de clientes que se tendrá el catering, los costos de los equipos, así como también los costos de mano de obra y el costo que tendrá la elaboración de los productos.

6. Estudio Legal

Se recolectó información de las principales entidades municipales para saber cuáles son los permisos que se requieren para el correcto funcionamiento del establecimiento.

7. Estudio Administrativo

En el estudio administrativo se determinó el personal que se requerirá para cada una de las áreas del establecimiento así como las características que deberán tener estos para formar parte del establecimiento.

8. Estudio Financiero

En este punto se determinó los estados financieros del proyecto así como también se procedió a verificar si la viabilidad económica del proyecto es apropiado para su correcto funcionamiento.

VI. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

DISCUSIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para el buen desarrollo de la investigación se aplicó una encuesta que nos ayudó a definir las necesidades y aspiraciones de los futuros clientes de este nuevo servicio este instrumento fue aplicado a los clientes que asisten con más frecuencia al establecimiento.

Encuesta. “La encuesta no es más que la recolección sistemática de datos en una población o en una muestra de la población, mediante el uso de entrevistas personales y otros instrumentos para obtener datos.” (Cerde, 1993, pág. 277)

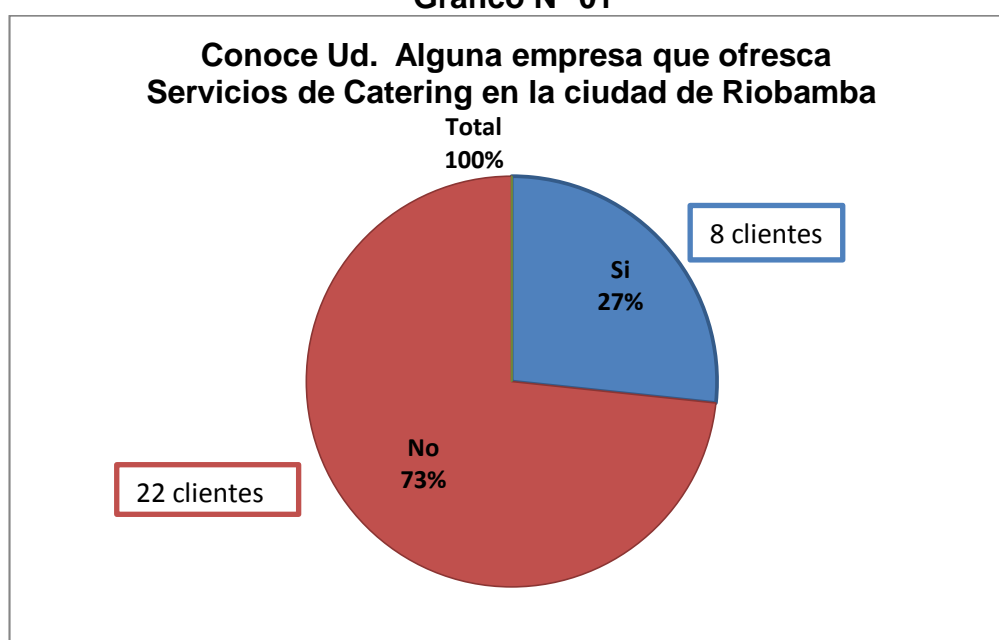
1. ¿Conoce Ud. alguna empresa que ofrezca Servicios de Catering en la ciudad de Riobamba?

Tabla N° 01

Parámetro	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	8	27%
No	22	73%
Total	30	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes del Restaurante "El Gitano" 13-05-2014
Elaborado por: Barreto E. 2014

Gráfico N° 01



Fuente: Tabla N°01
Elaborado por: Barreto E. 2014

Análisis Descriptivo

Según los datos obtenidos la mayoría de clientes (22 clientes, 73%) no conoce de alguna empresa que ofrezca Servicios de Catering y tan solo un pequeño grupo (8 clientes, 27%) conoce o ha utilizado estos servicios en la ciudad de Riobamba.

Análisis Interpretativo

Según las encuestas aplicadas a los clientes que visitan con más frecuencia el restaurante, solo 8 de los 30 clientes conocen o han hecho uso de los servicios de una empresa de catering, y los 22 restantes desconocen sobre este término, recién llegando a saber sobre su significado el momento de realizarles la encuesta, siendo su desconocimiento una ventaja ya que ellos llegarán a ser nuestros clientes potenciales.

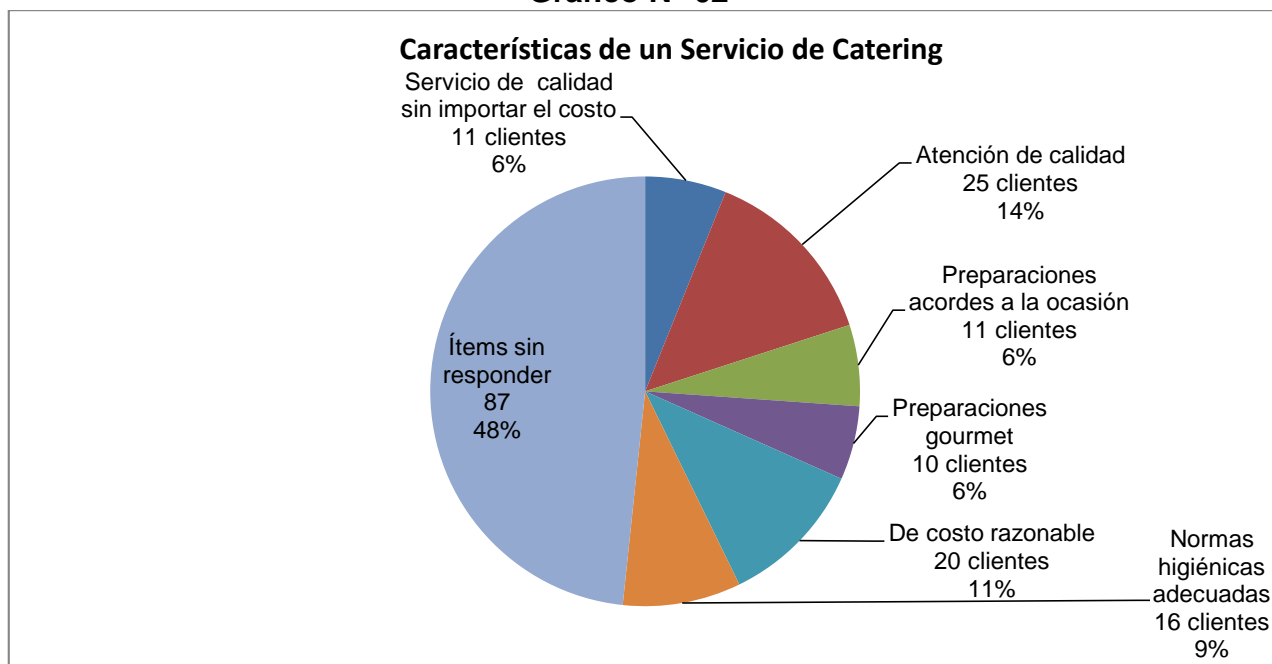
2. ¿Para Ud. Cuáles deberían ser las características de un Servicio de Catering?

Tabla N° 02

Parámetro	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Servicio de calidad sin importar el costo	11	6%
Atención de calidad	25	14%
Preparaciones acorde a la ocasión	11	6%
Preparaciones gourmet	10	6%
De costo razonable	20	11%
Normas higiénicas adecuadas	16	9%
Ítems sin responder	87	48%
Total ítems	180	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes del Restaurante "El Gitano" 13-05-2014
Elaborado por: Barreto E. 2014

Gráfico N° 02



Fuente: Tabla N° 02
Elaborado por: Barreto E. 2014

Análisis Descriptivo

Siendo está una pregunta de opción múltiple los ítems que fueron elegidos por los clientes del restaurante son Atención de calidad 25 veces, De costo razonable 20 veces, Normas higiénicas adecuadas 16 veces, servicio de calidad sin importar el costo 11 veces, Preparaciones acordes a la ocasión 11

veces y por último Preparaciones gourmet 10 veces siendo 30 veces el valor máximo que pueden llegar a ser elegidos.

Análisis Interpretativo

Según los datos obtenidos por la encuesta la mayoría de clientes busca una atención de calidad siendo este el punto que más fue escogido por los clientes ya que una atención de calidad es la imagen o carta de presentación de cualquier establecimiento, en segundo puesto se encuentra la opción de costo razonable ya que los clientes buscan un servicio de calidad pero de costos razonables y accesibles, como tercer ítem escogido se encuentran normas higiénicas adecuadas ya que se deben cumplir todas las normas y parámetros de higiene para el correcto funcionamiento de todas las áreas del servicio de catering, en cuarto puesto se encuentran los clientes que buscan un servicio de calidad sin importar el costo estos clientes estarían dispuestos a pagar un valor más alto para obtener estos servicios, siempre y cuando sean de calidad y llenen sus expectativas, los dos últimos puntos fueron casi en igual proporción son las preparaciones acordes a la ocasión (11 veces) y preparaciones gourmet (10 veces).

3. Cuando realiza una reunión social en su casa, usted!

Tabla N° 03

Parámetro	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Prepara los alimentos para dicha reunión	6	20
Contrata el servicio para que sea entregado en el domicilio	22	73
Los compra ya preparados	2	7
Total	30	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes del Restaurante "El Gitano" 13-05-2014

Elaborado por: Barreto E. 2014

Gráfico N° 03



Fuente: Tabla N°03

Elaborado por: Barreto E. 2014

Análisis Descriptivo

Según los datos tabulados el 20% 6 clientes prepara los alimentos para la reunión el 73% 22 clientes Contrata el Servicio para que sea entregado a domicilio, y el 7% 2 personas los compra ya preparados.

Análisis Interpretativo

Del grupo de personas encuestadas se pudo observar que la mayoría de ellos al momento de realizar una reunión social contrata un servicio de alimentación para que entregue los alimentos en su domicilio, por lo tanto este grupo de encuestados serian clientes potenciales al momento de la creación del servicio de catering.

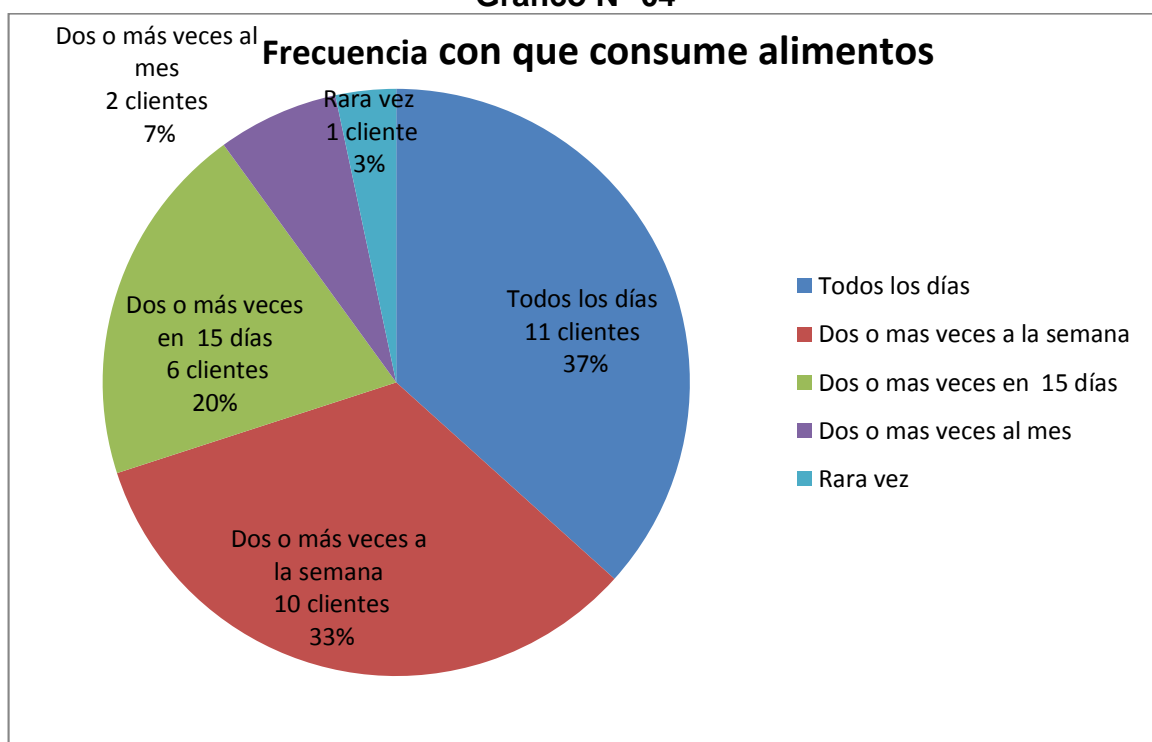
4. ¿Con qué frecuencia consume alimentos fuera de su hogar?

Tabla N° 04

Parámetro	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Todos los días	11	37
Dos o más veces a la semana	10	33
Dos o más veces en 15 días	6	20
Dos o más veces al mes	2	7
Rara vez	1	3
Total	30	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes del Restaurante "El Gitano" 13-05-2014
Elaborado por: Barreto E. 2014

Gráfico N° 04



Fuente: Tabla N°04
Elaborado por: Barreto E. 2014

Análisis Descriptivo

Según los datos obtenidos 11 clientes (37%) consumen diariamente sus alimentos fuera de su hogar, 10(33%) clientes lo hacen dos o más veces a la semana, 6(20%) clientes lo hacen dos o más veces a los 15 días, 2(7%)

clientes lo hacen dos o más veces al mes, y tan solo 1(3%) cliente lo hace rara vez.

Análisis Interpretativo

Según las gráfica todas las personas encuestadas consumen alimentos fuera de su hogar por lo menos una vez al mes (2 clientes) siendo este ítem el más bajo de la escala de consumo, y estando como número uno el ítem de consumo de alimentos diarios (11 clientes) esto se debe a que los clientes muchas de las veces no pueden preparar sus alimentos por el trabajo, por falta de tiempo, o por comodidad, siendo esto muy importante para la realización de esta investigación ya que se basa en las personas que consume alimentos fuera de su hogar, convirtiéndolos a ellos en nuestros clientes potenciales para el servicio de alimentación diaria que prestara la empresa catering.

5. ¿Cuál de los siguientes rangos estaría dispuesto a pagar por un menú para un evento social?

Tabla N° 05

Parámetro	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
6.00 \$ - 10.00 \$	27	90
10.00 \$ - 15.00 \$	3	10
15.00 \$ - 20.00 \$	0	0
Total	30	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes del Restaurante "El Gitano" 13-05-2014
Elaborado por: Barreto E. 2014

Gráfico N° 05



Fuente Tabla N°05
Elaborado por: Barreto E. 2014

Análisis Descriptivo

Como se puede observar el 90%(27 clientes) de los clientes estaría dispuesto a pagar por un menú para un evento social de 6.00 \$ - 10.00 \$, y el 10%(3 clientes) pagaría un valor de 10.00 \$ - 15.00 \$, y un 0% de 15.00 \$ - 20.00 \$

Análisis Interpretativo

Según los datos obtenidos en la encuesta el valor que estarían dispuestos a pagar por persona para un menú de un evento social está en el rango de 6.00 \$ - 10.00 \$, siendo este el valor más accesible según los 27 clientes que eligieron este ítem.

6. ¿Cuál le gustaría que sea la oferta de la empresa de catering?

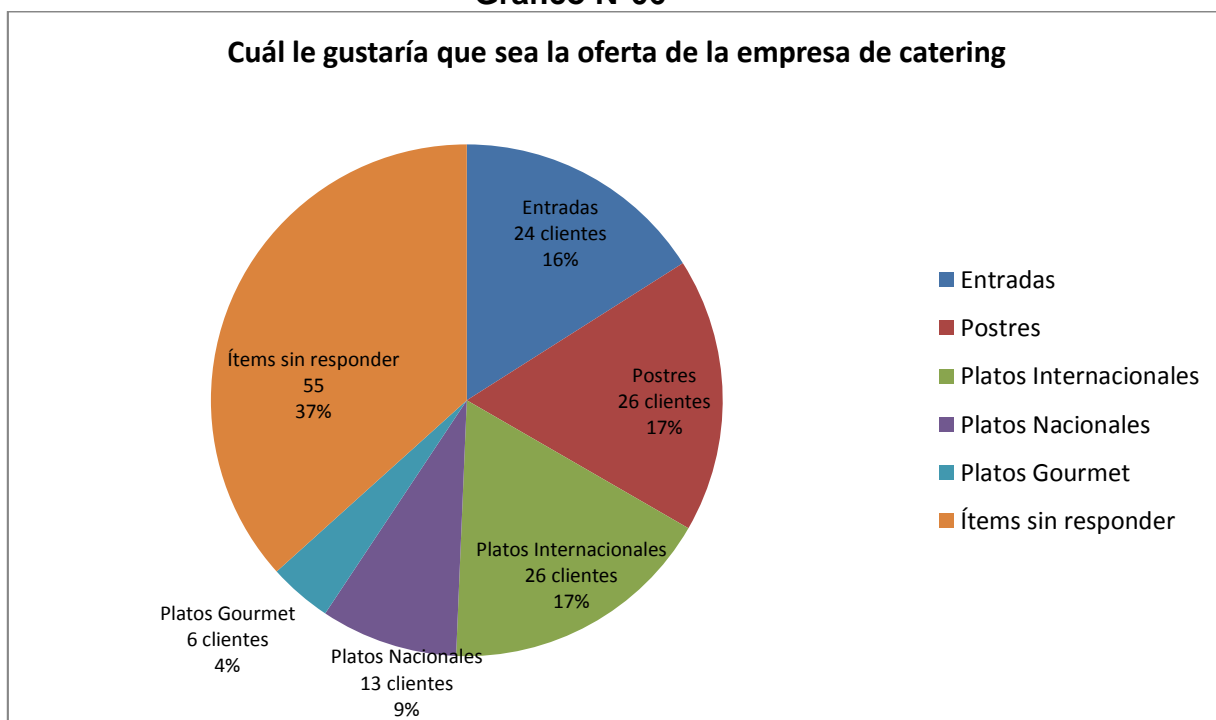
Tabla N°06

Parámetro	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Entradas	24	16%
Postres	26	17%
Platos Internacionales	26	17%
Platos Nacionales	13	9%
Platos Gourmet	6	4%
Ítems sin responder	55	37%
Total ítems	150	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes del Restaurante "El Gitano" 13-05-2014

Elaborado por: Barreto E. 2014

Gráfico N°06



Fuente: Tabla N°06

Elaborado por: Barreto E. 2014

Análisis Descriptivo

Siendo esta una pregunta de opción múltiple y según lo observado en las encuestas realizadas a los clientes del restaurante lo que más les gustaría que el catering oferte sería 17%(26 veces) Platos Internacionales, 17%(27 veces) Postres, 16%(24 veces) Entradas, 9%(13 veces) Platos Nacionales y tan solo

un 4%(6 veces) Platos Gourmet siendo 30 veces el valor máximo que puede llegar a ser elegido un ítem.

Análisis Interpretativo

Según las encuestas realizadas la mayoría de los clientes querrían una oferta variada para el servicio de catering siendo uno de los puntos más importantes el plato principal, el cual sería de origen internacional, contando también con una variedad de postres y entradas que sean de acuerdo a la ocasión o al tipo de evento, y en un porcentaje mínimo las personas encuestadas eligieron que como plato principal podrían ser platos gourmet, o a su vez platos de origen nacional.

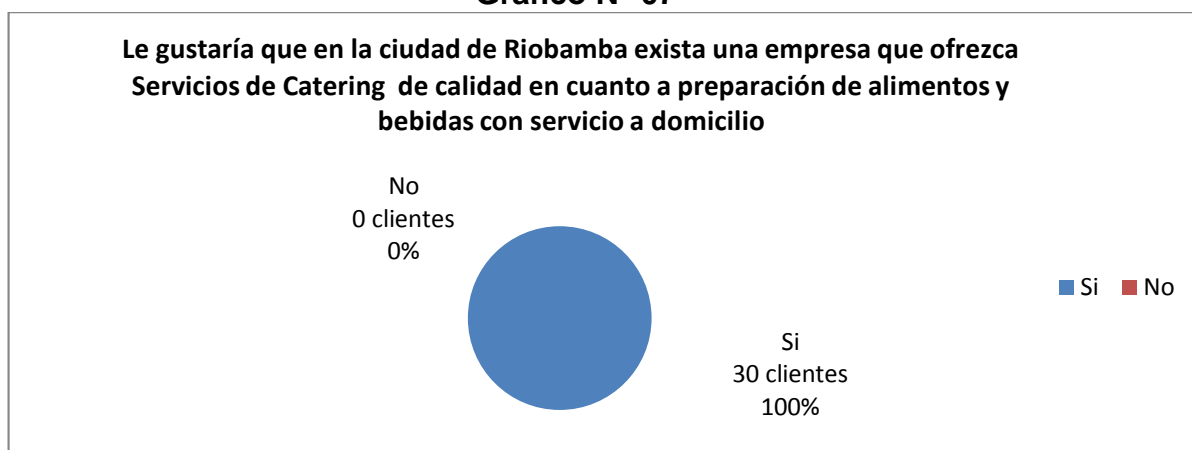
7. ¿Le gustaría que en la ciudad de Riobamba exista una empresa que ofrezca Servicios de Catering de calidad en cuanto a preparación de alimentos y bebidas con servicio a domicilio?

Tabla N°07

Parámetro	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	30	100%
No	0	0%
Total	30	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes del Restaurante “El Gitano” 13-05-2014
Elaborado por: Barreto E. 2014

Gráfico N° 07



Fuente: Tabla N°07
Elaborado por: Barreto E. 2014

Análisis Descriptivo

Como se puede observar el 100% de encuestados le gustaría que en la ciudad de Riobamba exista una empresa que ofrezca Servicios de Catering de calidad en cuanto a preparación de alimentos y bebidas con servicio a domicilio.

Análisis Interpretativo

Riobamba es una ciudad con un mercado atractivo, en el cual hay toda clase de eventos sociales, y según los clientes del Restaurante “El Gitano” contratarían una Empresa que brinde Servicios de Catering siempre y cuando ofrezca calidad en sus preparaciones así como también sería factible que los clientes contraten el servicio de alimentación diaria el cual sería ofertado por la empresa de catering y sería a domicilio.

8. ¿INTENCIÓN DE COMPRA: Estaría dispuesto a contratar los servicios de este Servicio de Catering, cuando lo necesite si cumple sus expectativas?

Tabla N°08

Parámetro	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	30	100%
No	0	0%
Total	30	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes del Restaurante "El Gitano" 13-05-2014
Elaborado por: Barreto E. 2014

Gráfico N°08



Fuente: Tabla N°08
Elaborado por: Barreto E. 2014

Análisis Descriptivo

Como se puede observar el 100%(30 clientes) de los encuestados, estaría dispuesto a contratar los servicios de este Servicio de Catering, cuando lo necesite si cumple sus expectativas.

Análisis Interpretativo

Según el gráfico la totalidad de los clientes estarían dispuestos a contratar este servicio de catering, pero para ello tendrían que cumplir todas las

características y normas enunciadas en la encuesta como son una atención de calidad, un precio que se ajuste al presupuesto de las personas que está en el rango de 6.00\$ a 10.00\$ dólares y que tenga un menú variado el cual debe constar de entrada postre y plato principal y que de acuerdo a la mayoría de clientes el plato principal debería ser de origen internacional, también estarían dispuestos a contratar el servicio de alimentación diaria a domicilio ya que muchos de ellos consumen sus alimentos fuera de casa.

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

1. Según los resultados obtenidos son muy pocas las personas que hacen uso de una Empresa que brinde Servicios de Catering, por lo que se genera como necesidad implementar este proyecto en la ciudad de Riobamba, con lo que se podría acceder a un servicio de calidad, de manera oportuna, reduciendo costos y obteniendo un mejor nivel de clientes satisfechos

Teniendo resultados positivos se recomienda seguir con los demás estudios para el proyecto de catering.

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

A. NATURALEZA DE LA EMPRESA EN PROYECTO

El servicio de catering para El Restaurante El Gitano será una empresa que brinde servicios gastronómicos de calidad con una variedad en su oferta alimentaria.

Contando con personal capacitado que brindará servicio eficaz, de calidad, siendo el cliente la prioridad número uno del establecimiento, y tratando de que el cliente disfrute al recibir el servicio ofertado.

B. VISIÓN Y MISIÓN DE LA EMPRESA

1. **Misión.** “ Es el cimiento y guía sobre el que descansan todas las decisiones”. (Enrique, Madoreño, Morales, & Soler, 2008, pág. 94)

Misión Catering

Brindar a nuestros clientes soluciones completas, de alta calidad en la organización de fiestas, eventos, cuidando con esmero todos los detalles así brindar, tranquilidad, satisfacción que nuestros clientes merecen.

2. **Visión.** “Constituye el conjunto de representaciones, tanto efectivas como racionales, que un individuo o un grupo de individuos asocian a una empresa o institución como resultado neto de las experiencias, creencias, actitudes, sentimientos e informaciones de dicho grupo de individuos, como reflejo de la cultura de la organización en las percepciones del entorno”.(Publicaciones Vértice, 2008, pág. 77)

Visión Catering

Ser la empresa líder en el mercado nacional, en continuo crecimiento en la organización de eventos sociales, eventos corporativos, distinguiéndose por proporcionar una calidad del servicio con soluciones que cumplan todas las expectativas y necesidades de nuestros clientes.

3. Políticas

- Mantener una integridad personal como expresión de disciplina, orden, respeto, honestidad y entusiasmo.
- Ser constantes en cuanto a creatividad e innovación formando parte de nuestro reto diario para el mejoramiento continuo.
- Ser productivos en nuestro trabajo y en el empleo de los recursos materiales.
- Ir evolucionando en base a la exigencia del mercado.

4. Estrategias.

- Capacitaciones permanentes al personal.
- Evaluar al personal periódicamente
- Costos accesibles.
- Menús variados y acordes a la ocasión

5. Valores y principios

- Puntualidad
- Responsabilidad
- Respeto
- Gratitud
- Disciplina
- Liderazgo
- Don de servicio
- Excelencia
- Honestidad
- Lealtad
- Creatividad

Todas las personas sin distinción de género, raza o religión tienen valores, principios que demuestran su forma de ser siendo estos su honestidad, sentido de responsabilidad, respeto y deseo de superación logrando con esto un correcto funcionamiento de la empresa.

C. DISTINGOS Y VENTAJAS COMPETITIVAS

1. Distingos competitivos

- La ubicación es un lugar seguro sin mucha congestión vehicular.
- Los productos ecuatorianos serán la base para la creación de los alimentos que se ofrecerá.

- Siempre habrá eventos que resalten las preparaciones de acuerdo a la ocasión que se realizare.

2. Ventajas competitivas

- El ambiente de la marca será una de las cartas de presentación para el cliente.

D. ANÁLISIS DEL SECTOR

El local estará ubicado en las calles Ayacucho y Cristóbal Colón

Esta es una zona en la cual no existe una empresa que brinde este tipo de servicio de alimentación, otorgándonos una ventaja.

1. Tipo de clientes

Los clientes de este proyecto serán todas aquellas personas que necesiten de los Servicios de A&B, los cuales son para todo tipo de compromiso social o también los clientes que necesiten un servicio de alimentación diaria, dentro del grupo de clientes los que más destacan para el servicio de catering son:

Clientes Potenciales: aún no han efectuado ningún tipo de compra a la empresa pero son vistos como futuros compradores ya que cuentan con la autoridad de compra, la capacidad adquisitiva y la disposición requerida para hacerlo. Estos clientes son considerados las próximas fuentes de ingresos y darán una determinada cantidad de ventas en el futuro.

2. Proveedores

El proveedor será elegido directamente con el que maneje productos frescos, de calidad y otorgue beneficios a la hora de comprar.

3. Competidores

El sitio elegido para el servicio de catering es un lugar estratégico donde no existe competencia directa, pero en la ciudad de Riobamba existen muchas empresas que brindan servicios de catering por lo que para competir con las demás empresas tendremos que brindar un servicio de calidad.

II. ESTUDIO DE MERCADO

A. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

El Servicio de Catering para el Gitano Resto Bar & Grill ofertará a sus clientes una gama de menús conforme a las exigencias del cliente que por lo general constaría de entrada, plato principal, postre y bebida, dicho menú variará de acuerdo a las preferencias del consumidor o también podría variar según los distintos tipos de eventos sociales como aniversarios, cumpleaños, graduaciones, 15 años, matrimonios, bautizos, confirmaciones, primeras comuniones, etc., así como también por cualquier reunión o evento social que necesite de los servicios de alimentación los cuales cumplirán con las normas de calidad establecidas para su correcto funcionamiento, teniendo como prioridad la satisfacción del cliente.

Gitano Resto Bar & Grill brindará también servicios de alimentación diaria con un ciclo de menús variado para almuerzos ejecutivos, los mismos que serán entregados a domicilio con el previo aviso y este deberá ser confirmado con dos horas de anticipación estos podrán ser pedidos vía telefónica o en su cuenta oficial de Facebook.

B. ESTUDIO DE LA DEMANDA

1. Determinación del perfil del cliente

Los clientes potenciales de este proyecto serán personas de la provincia de Chimborazo, de origen nacional o extranjero haciendo énfasis para las personas que necesiten de los servicios de alimentación, sea para su alimentación diaria o para cualquier tipo de compromiso social.

Preferiblemente de clase media, media – alta, sin distinción alguna.

C. ESTUDIO DE LA COMPETENCIA

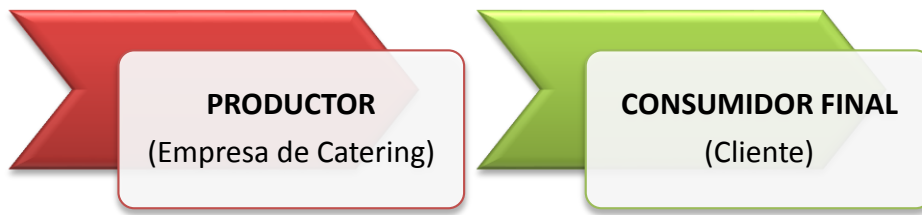
TABLA N°09 Locales de posibles competencia

NOMBRE DEL LOCAL	TIPO DE RESTAURANTE	DISTANCIA
J y S	Servicio de Catering	1200 metros aproximadamente
Pasa boca	Servicio de Catering	1000 metros aproximadamente
Rio catering	Servicio de Catering	1800 metros aproximadamente
Bonny Restaurat	Restaurante y Catering	1500 metros aproximadamente

FUENTE: Observación Directa
Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

D. CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

Directo



La empresa de catering tendrá un canal de distribución directo ya que no se necesitará de intermediarios para que el consumidor final (Cliente) solicite el servicio de alimentación para cualquier tipo de evento social al Productor (Empresa de Catering) y llegarán a un acuerdo entre las dos partes (Productor- Consumidor Final) con una serie de normas y condiciones para la satisfacción del cliente.

E. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

1. Identifique el medio publicitario para su empresa.

Los clientes de Gitano Resto Bar & Grill se les informará por los siguientes medios publicitarios:

Radio: se contratará servicios radiales para que sean transmitidos en horarios de mayor sintonía, los cuales se transmitirán tres veces a la semana durante seis meses, y al finalizar el año realizaremos un sondeo para ver los resultados.

Periódico: la prensa escrita será otro medio de publicidad para el servicio de catering, utilizando anuncios en los principales diarios locales

Otros: se utilizará el internet como medio para publicitar el servicio de catering en anuncios como redes sociales, correos electrónicos, y también la creación de una página web la cual llevará información sobre el catering y los distintos tipos de eventos realizados.

Televisión: por medio de este medio audiovisual nos comunicaremos con una masa de personas, a veces impensable, por lo que propicia ser un campo ideal para la publicidad del catering.

Página web: la creación de esta página nos permitirá promocionar la información sobre el catering y los distintos tipos de eventos realizados.

(Anexo 4) <http://gitanorestobar-grill.webnode.es>

Spot Publicitario

Gitano Resto Bar & Grill ofrece a su distinguida clientela servicio de catering con una variedad de platillos con precios módicos al alcance de todos y acorde a la ocasión, venga y disfrute de las delicias de Gitano Resto Bar & Grill.

2. Estrategias de Promoción.

Para los distintos tipos de eventos sociales se realizará un descuento del 7% siempre y cuando el servicio sobrepase las 100 personas. En caso de que el cliente pague por los servicios en su totalidad antes de realizar el evento se aplicará un descuento del 5%.

En el caso de que un cliente haya contratado dos veces el servicio de catering, en el transcurso de 6 meses y los eventos sobrepasen las 100 personas, se le otorgara un descuento del 8% para el siguiente evento en caso de contratarlo por su fidelidad.

3. Slogan de la empresa.

GITANO RESTO BAR & GRILL... *"Excelencia en sabor y calidad"*.

"Excelencia en sabor y calidad". Sabores exquisitos para el paladar de los clientes, calidad en todos los puntos del servicio de catering.

4. Logotipo de la empresa.

GRÁFICO N° 09 Logotipo de la empresa



El logotipo representa el servicio que está prestando la empresa con una imagen en este caso de alimentación el cual consiste en una figura rectangular de dos colores con el nombre del establecimiento, slogan y una figura con un juego de cubiertos que hace referencia al servicio de alimentación que presta.

a. Colores de identificación de la empresa



1. Vino: este color está asociado con el color rojo el cual nos simboliza alegría, amor ,pasión y sensibilidad



2. Beige: Representa honestidad, tranquilidad y lealtad de la empresa hacia sus clientes.

F. CARGOS Y FUNCIONES DEL ÁREA COMERCIAL Y VENTAS

TABLA N°10 Cargos y funciones del área comercial

CARGO	FUNCIÓN	COSTO MENSUAL
GERENTE GENERAL CHEF	Representante legal	700,00
TOTAL		700,00

Fuente: Observación directa
Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

TABLA N°11 Cargos y funciones de Ventas

CARGO	FUNCIÓN	COSTO
CONTADOR (Honorarios profesionales)	Registrar y controlar todas las operaciones contables.	200,00
MESEROS (Honorarios profesionales)	Atención y servicio al cliente	40,00 x evento

Fuente: Observación directa
Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

G. CARGOS Y FUNCIONES DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN

TABLA N°12 Cargos y funciones del área de producción

CARGO	FUNCIÓN	COSTO MENSUAL
COCINERO	Preparación de los alimentos	400,00
AYUDANTE DE COCINA	Ayuda en la preparación de los alimentos al cocinero	340,00
TOTAL		740,00

Fuente: Observación directa
Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

H. DETERMINACIÓN DE INVERSIONES Y GASTOS DEL AREA COMERCIAL

1. Activos del área comercial

TABLA N°13 Activos del área comercial

RUBRO	CANT	COSTO UNT	TOTAL
Terreno	1	30,000	30000,00
Edificaciones y construcciones		35,000	35000,00
Vehículo	1	20,000	20000,00
Juego mesas y sillas x 8 pax	20	100,00	2000,00
Equipo de sonido	1	500,00	500,00
Menaje y vajilla (Anexo 2)	150	12,00	1700,00
Parlantes	3	400,00	1200,00
TV 32" LED	1	600,00	600,00
Manteles	20	10,00	200,00
Cuadros	10	10,00	100,00
Adornos varios	20	10,00	200,00
Computadora	1	700,00	700,00
Impresora multifunción	1	400,00	400,00
Mueble(Bar)	1	300,00	300,00

Fuente:http://www.electrobahia.com.ec/index.php?option=com_content&view=category&id=41E
laborado por: (Barreto, E. 2014)

2. Gastos del área comercial

TABLA N°14 Gastos del área comercial

RUBRO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Publicidad y promoción	40,00	480,00
Movilización	45,00	540,00

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

III. ESTUDIO TÉCNICO

A. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL SERVICIO DE CATERING POR PAX QUE SE ATENDERÁ

TABLA N°15 Determinación del tamaño del local almuerzos

AÑO	DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
2015	50	250	1000	12000
2016	55	275	1100	13200
2017	60	300	1200	14400
2018	65	325	1,625	19,500

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

TABLA N°16 Determinación del tamaño del local eventos

AÑO	QUINCENAL	MENSUAL	ANUAL
2015	1 evento	2 eventos	24 eventos
2016	1 evento	2 eventos	24 eventos
2017	2 eventos	4 eventos	48 eventos
2018	2 eventos	4 eventos	48 eventos

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

B. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

TABLA N°17 Capacidad de producción para almuerzos de acuerdo al menú diario

PLATOS	Capacidad de producción
1. Menestrón	50
2. Aguado de gallina	50
3. Morocho de sal	50
4. Sopa de quinua	50
5. Sancocho de carne	50
6. Viche de pescado	50
7. Caldo de gallina	50
8. Caldo de pata	50
9. Locro de queso	50
10. Locro de melloco	50
11. Lomo apanado	50
12. Bistec de carne	50
13. Lomo al vino	50
14. Lomo a la plancha	50
15. Pollo a la coca cola	50
16. Pollo al horno	50
17. Pollo con tocino	50
18. Cerdo a la danesa	50
19. Chuleta a la plancha	50
20. Corvina a la plancha	50
21. Esponjado de mora	50
22. Torta de maduro	50
23. Mousse de chocolate	50
24. Queso de piña	50

25. Compota de babaco	50
26. Guineos turcos	50
27. Gelatina con crema	50
28. Flan de vainilla	50
29. Mousse de mango	50
30. Manzanas al horno	50

Fuente: Observación Directa
Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

TABLA N°18 Capacidad de producción para eventos

PLATOS	CANTIDAD DE PRODUCCIÓN EVENTO
1. Rollo de tomate, parmesano y orégano	150
2. Croquetas de papa, queso y perejil	150
3. Papa rellena con espinaca y queso	150
4. Sándwich caprese	150
5. Bruschetta con guacamole	150
6. Papines escarchados	150
7. Minitortilla con jamón y rúcula	150
8. Ensalada griega	150
9. Tomates rellenos al horno	150
10. Ensalada caliente de papa con vinagre balsámico.	150
11. Pollo a la cazadora	150
12. Pollo picante con salsa frita de albahaca	150
13. Pollo crujiente con salsa agri dulce	150
14. Roulades de pollo y albahaca en salsa de mostaza	150
15. Pollo con chile en salsa de mango y menta	150

16. Pollo a la barbacoa con salsa agridulce	150
17. Pavo con glaseado de grosella	150
18. Pechugas de pavo con peras al horno	150
19. Filetes Mignon con chalotes y papas	150
20. Costillas de cerdo con salsa barbecue	150
21. Bistec a la pimienta	150
22. Sauerbraten	150
23. Jamon glaseado con miel	150
24. Chuletas de cerdo en salsa de pimienta verde	150
25. Chopsuey de cerdo	150
26. Crèmebrûlée de frambuesas	150
27. Mousse de chocolate	150
28. Corazón a la crema	150
29. Islas flotantes	150
30. Brazo gitano de merengue de limón	150
31. Terrina de fruta del bosque	150
32. Tiramisú	150
33. Pannacotta con salsa de fresas	150
34. Etonmess	150
35. Peras rellenas	150

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

C. DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.

TABLA N°19 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.

Alternativas de localización Factores localizacionales	Opción 1 Av. Milton Reyes y 11 de Noviembre	Opción 2 La Dolorosa	Opción 3 Ayacucho y Cristóbal Colón	Valoración
<i>A. Condiciones socio económicas políticas</i>	5	6	6	10
<i>B. Aspectos legales incentivos tributarios</i>	6	5	5	10
<i>C. Proximidad al mercado</i>	4	6	7	10
<i>D. Costo y proximidad de materia prima</i>	4	5	7	10
<i>E. Costo y disponibilidad de mano de obra</i>	4	6	7	10
<i>F. Costo y disponibilidad de medios de transporte</i>	5	6	7	10
<i>G. Costo y disponibilidad de servicios básicos</i>	6	6	7	10
<i>H. Influencia del clima</i>	6	6	6	10
<i>I. Costo y disponibilidad de seguridad</i>	4	4	6	10
Total	44	50	58	90

Fuente: Observación directa

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

Se ha realizado un cuadro para determinar la localización de la empresa y de las tres opciones se ha elegido la que cumple con mayor puntaje y por ende la más adecuada para este proyecto.

Gitano Resto Bar & Grill estará ubicado en el Ecuador, provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, parroquia Velazco, en las calles Ayacucho y Cristóbal Colón

Este sector se encuentra ubicado en un lugar estratégico con un mercado potencial para el servicio de catering un alto nivel socio económico, de fácil acceso para la población, contando con todos los servicios básicos.

D. PROCESO Y FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN.

1. Proceso y Flujoograma de Producción para eventos sociales.

Flujoograma de producción

Para la realización de un evento el cliente busca una empresa que le brinde servicios de acuerdo al evento que vaya a realizar y debe seguir los siguientes puntos.

1. Elaborar el menú con las distintas preparaciones para el evento
2. Compra de la materia prima para las distintas preparaciones
3. Se debe elaborar las preparaciones y tenerlas listas a la hora acordada.
4. El encargado del evento delega personas para que se encargue del arreglo y montaje del establecimiento donde se realizara el evento
5. Una vez ya arreglado todo se procederá a una verificación para ver si todo está en correcto funcionamiento antes del inicio del evento
6. Una vez cumplido todos los puntos anteriores el evento puede comenzar sin ningún problema.

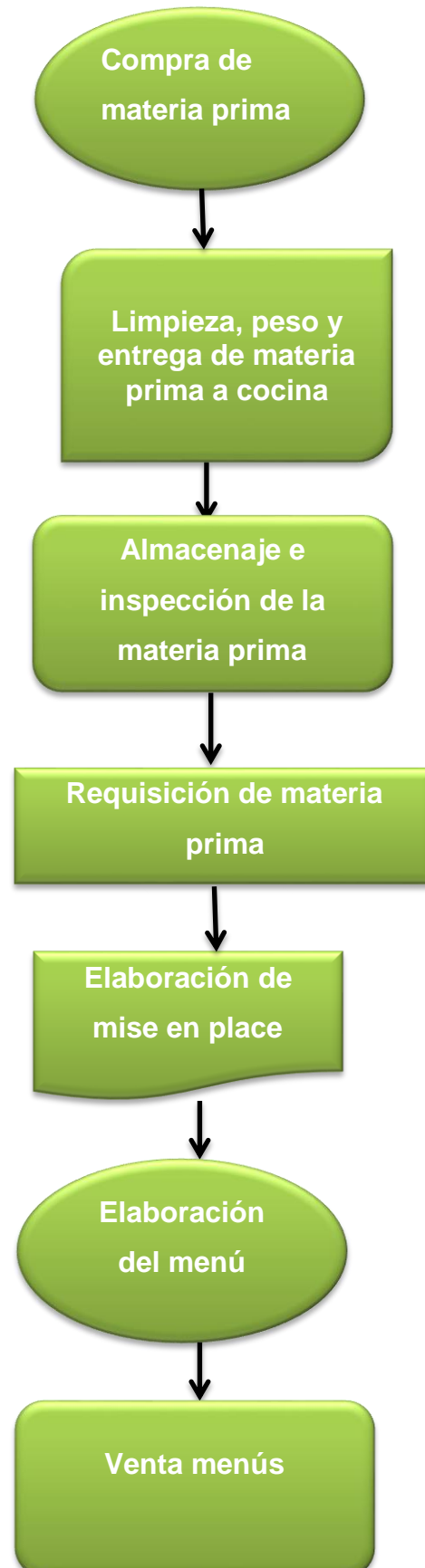


2. Proceso y Flujograma de Producción para alimentación diaria G

Flujograma alimentación diaria

Para la producción diaria de alimentos se deben seguir los siguientes puntos:

1. El chef ejecutivo realiza la hoja de requisición con los ingredientes que serán utilizados para la preparación de alimentos.
2. Una vez efectuada la hoja de requisición procedemos a comprar a nuestros proveedores la materia prima o ingredientes.
3. Ya comprada la materia prima se procederá a su limpieza y peso para entregar al área de producción.
4. Con los ingredientes ya listos se procede a realizar el mise en place o puesta a punto en el cual dejamos todo cortado picado lavado para realizar las preparaciones.
5. En este punto realizamos las preparaciones y dejamos todo listo para el servicio a los clientes.



E. REQUERIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS Y ACTIVOS REALIZABLES.**TABLA N° 20 LISTA DE ACTIVOS FIJOS Y REALIZABLES**

ACTIVOS FIJOS	CANT	COSTO UNITARIO	COSTOS TOTAL
Cocina Industrial 6 quemadores	1	1100.00	1100.00
Plancha	1	900.00	900.00
Parrilla	1	800.00	800.00
Freidora	1	700.00	700.00
Horno	1	2500.00	2500.00
Congelador	1	520.00	520.00
Cortadora	1	1100.00	1100.00
Refrigeradora	1	700.00	700.00
Batidora Semindustrial	1	900.00	900.00
Licuada	2	160.00	320.00
Microondas	1	150.00	150.00
Total Equipos			9690.00

INVENTARIO	CANT	COSTO UNITARIO	COSTOS TOTAL
Mesones de acero inoxidable	3	300.00	900.00
Latas de horno	15	30.00	450.00
Calentadores	10	125.00	1250.00
Olla 32 lit.	5	90.00	450.00
Olla 20 lit.	5	70.00	350.00
Olla 10 lit.	5	36.00	180.00
Sartén de teflón grande	5	45.00	225.00
Sartén de teflón mediano	5	30.00	150.00
Sartén de teflón pequeño	5	20.00	100.00
Bowls grandes	15	5.00	75.00
Bowls medianos	20	2.50	50.00
Bowls pequeños	35	2.00	70.00
Chino grande	1	30.00	30.00
Chino mediano	1	22.00	22.00

Cucharetas	15	2.00	30.00
Cucharones	15	3.00	45.00
Espátulas	5	3.00	15.00
Espátula de goma	5	6.00	30.00
Espátula de codo	3	7.00	21.00
Espátula de plancha	4	4.00	16.00
Pinzas	5	3.00	15.00
Cuchillo grande ½ golpe	3	10.00	30.00
Cuchillo mediano	3	7.00	21.00
Puntilla	3	3.00	9.00
Fileteador	3	5.00	15.00
Peladores	5	2.80	14.00
Cuchillos de cierra	2	4.00	8.00
Tablas blancas	2	10.00	20.00
Tablas marrón	2	10.00	20.00
Tablas amarillas	2	10.00	20.00
Tablas verdes	2	10.00	20.00
Tablas rojas	2	10.00	20.00
Ralladores	2	3.00	6.00
Piedra de afilar	2	2.00	4.00
Espumaderas	4	3.00	12.00
Olla de presión	2	25.00	50.00
Tamiz	5	2.00	10.00
Termómetro	2	40.00	80.00
Batidor de mano	3	4.00	12.00
Basurero grande	3	80.00	240.00
Total utensilios			5085.00

Fuente: <http://www.lacor.es/catalogo/utensilios-para-cocinar/3260/>
Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

F. SERVICIOS BÁSICOS Y MANTENIMIENTO.

TABLA N°21 Servicios básicos

SERVICIO BÁSICO	COSTO MENSUAL	PROVEEDOR
Luz	45,00	EER
Agua	30,00	EMAPAR
Paquete CNT(internet, teléfono, cable)	45,00	CNT
TOTAL MENSUAL		120,00
TOTAL ANUAL		1440,00

Fuente: observación directa

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

G. MANTENIMIENTO

TABLA N°22 Mantenimiento

MANTENIMIENTO EQUIPO , E INSTALACIÓN	CANT/ TIEMPO	COSTO
Horno de cocina	2 veces al año	70,00
Cocina	1 ves al año	25,00
Congelador	1 ves al año	20,00
TOTAL ANUAL		115,00

Fuente: observación directa

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

H. MATERIA PRIMA, INSUMOS Y COMBUSTIBLES
TABLA N°23 CARNES (RES, POLLO,PESCADO) Y EMBUTIDOS

MATERIA PRIMA	CANT	MEDIDA	COSTO UNITARIO	PROVEEDOR
Costilla de res	1	LB	1.60	CÁRNICOS MONTERO
Lomo de res	1	LB	2.90	CÁRNICOS MONTERO
Carne de cerdo	1	KG	6.10	LA MERCED
Costilla de cerdo	1	LB	3.00	LA MERCED
Chuleta de cerdo	1	LB	3.10	LA MERCED
Hueso carnudo de chancho	1	LB	1.40	LA MERCED
Pata de cerdo	1	KG	3.50	PRONACA
Pechuga de pollo	1	LB	1.50	SAN ALFONSO
Piernas de pollo	1	LB	1.50	SAN ALFONSO
Pavo	1	KG	5.60	LA IBÉRICA
Corvina	1	KG	4.20	LA CONDAMINE
Camarón	1	LB	4.00	LA CONDAMINE
Jamón	1	KG	8.00	LA IBÉRICA
Tocino	1	KG	12.00	LA IBÉRICA

Fuente: Observación directa
 Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

TABLA N°24 FRUTAS LEGUMBRES Y VERDURAS

MATERIA PRIMA	CANT	MEDIDA	COSTO UNITARIO	PROVEEDOR
Frejol	1	LB	1.00	MAYORISTA
Papa	1	QUINTAL	20.00	MAYORISTA
Tomate	1	CAJA	9.00	MAYORISTA
Cebolla	1	QUINTAL	30.00	MAYORISTA
Arveja	1	QUINTAL	21.00	MAYORISTA
Zanahoria	1	QUINTAL	12.00	MAYORISTA
Yuca	1	QUINTAL	35.00	MAYORISTA
Verde	1	RÁCIMO	4.00	MAYORISTA
Choclo	1	QUINTAL	20.00	MAYORISTA
Pimiento	1	QUINTAL	18.00	MAYORISTA
Mellico	1	LB	0.50	MAYORISTA
Cilantro	1	ATADO	2.00	MAYORISTA
Maduro	1	RÁCIMO	3.50	MAYORISTA
Perejil	1	ATADO	1.00	MAYORISTA

Espinaca	1	ATADO	1.00	MAYORISTA
Cebolla perla	1	QUINTAL	17.00	MAYORISTA
Lechuga crespa	1	UNIDAD	0.60	SUPERMAXI
Aguacate	1	UNIDAD	0.40	MAYORISTA
Ají	1	CAJA	5.00	MAYORISTA
Ajo	1	LB	3.00	MAYORISTA
Rúcula	1	ATADO	2.00	MAYORISTA
Albahaca	1	ATADO	1.00	MAYORISTA
Menta	1	ATADO	2.00	MAYORISTA
Col morada	1	UNIDAD	0.80	MAYORISTA
Brócoli	1	UNIDAD	0.50	MAYORISTA
Coliflor	1	UNIDAD	0.50	MAYORISTA
Limón	1	QUINTAL	45.00	MAYORISTA
Maracuyá	1	QUINTAL	35.00	MAYORISTA
Mora	1	CAJA	4.00	MAYORISTA
Piña	1	UNIDAD	1.00	MAYORISTA
Babaco	1	UNIDAD	1.00	MAYORISTA
Guineo	1	RACIMO	3.50	MAYORISTA
Mango	1	CAJA	15.00	MAYORISTA
Manzana	1	UNIDAD	0.20	MAYORISTA
Grosella	1	CAJA	6.00	MAYORISTA
Pera	1	UNIDAD	0.25	MAYORISTA
Frambuesas	1	TARRINA	2.80	SUPERMAXI
Fresas	1	CAJA	5.00	MAYORISTA

Fuente: Observación directa

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

TABLA N°25 ALIMENTOS NO PERECEDEROS

MATERIA PRIMA	CANT	MEDIDA	COSTO UNITARIO	PROVEEDOR
Arrocillo	1	LB	0.35	DICOSAVI
Morocho	1	LB	0.50	SAN ALFONSO
Quinua	1	LB	0.80	SAN ALFONSO
Azúcar	1	QUINTAL	48.00	DICOSAVI
Arroz	1	QUINTAL	53.00	DICOSAVI
Fideo macarrón (400GR)	1	FUNDA	0.80	DICOSAVI
Apanadura(400GR)	1	FUNDA	1.25	AKÍ
Harina	1	LB	0.50	SAN ALFONSO
Aceite vegetal	1	LITRO	2.40	PRONACA
Salsa china	1	BOTELLA	1.10	PRONACA
Gelatina sin sabor	1	CAJA	1.10	AKÍ
Flan	1	UNIDAD	1.00	SUPERMAXI

Gelatina de fresa	1	UNIDAD	2.10	AKÍ
Mayonesa	1	BALDE	12.00	PRONACA
Mostaza	1	BALDE	9.00	PRONACA
Pan de sándwich	1	UNIDAD	0.30	PAN VAN
Vinagre	1	GALON	2.60	PRONACA
Pasta de tomate	1	BALDE	12.00	PRONACA
Salsa bbq	1	BALDE	16.00	PRONACA
Café	1	SOBRE	2.00	SUPERMAXI
Chocolate	1	KG	3.60	SUPERMAXI
Esencia de vainilla	1	BOTELLA	0.80	AKI
Miel	1	TARRINA	1.50	SAN ALFONSO
Pasas	1	LB	2.00	SAN ALFONSO
Achiote (500ML)	1	BOTELLA	1.50	SAN ALFONSO
Sal	1	FUNDA	0.80	DICOSAVI
Pimienta	1	KG	15.00	ILE
Orégano	1	KG	4.00	DICOSAVI
Laurel	1	KG	5.00	SAN ALFONSO
Canela	1	KG	7.00	SAN ALFONSO

Fuente: Observación directa

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

TABLA N°26 LACTEOS

MATERIA PRIMA	CANT	MEDIDA	COSTO UNITARIO	PROVEEDOR
Leche	1	LITRO	0.80	AKÍ
Queso fresco	1	UNIDAD	2.00	SAN ALFONSO
Crema de leche (200ML)	1	UNIDAD	1.60	AKÍ
Queso parmesano (150GR)	1	UNIDAD	2.10	SUPERMAXI
Queso crema (250GR)	1	UNIDAD	2.70	SUPERMAXI
Mantequilla	1	LB	2.00	IBÉRICA
Huevos	1	CUBETA	3.00	SAN ALFONSO

Fuente: Observación directa
Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

TABLA N°27 Bebidas Soft

MATERIA PRIMA	CANT	MEDIDA	COSTO UNITARIO	PROVEEDOR
Coca cola	1	LITRO	1.00	COCA COLA

Fuente: Observación directa
Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

TABLA N°28 Bebidas alcohólicas

MATERIA PRIMA	CANT	MEDIDA	COSTO UNITARIO	PROVEEDOR
Vino	1	LITRO	5.50	SUPERMAXI

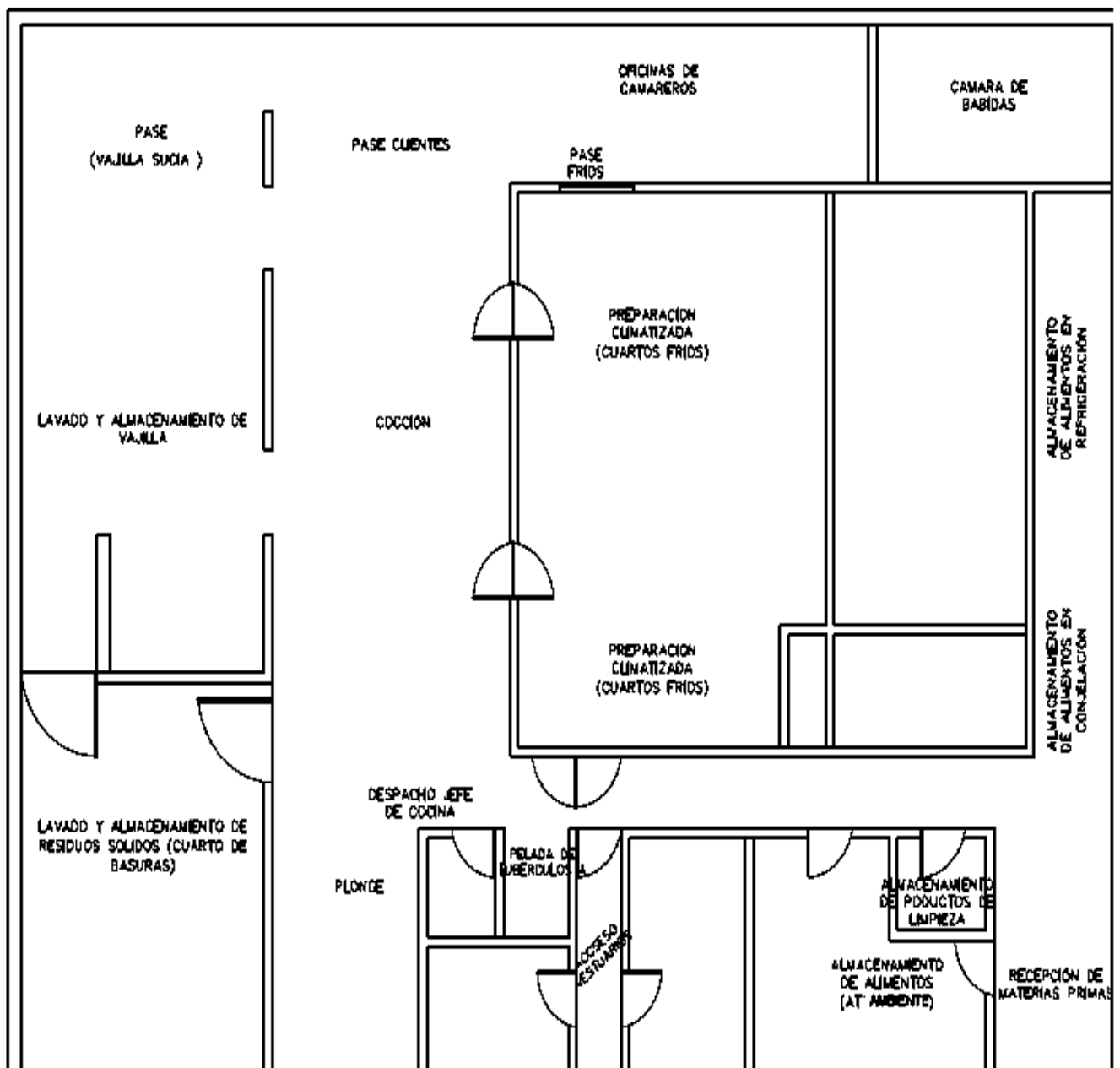
Fuente: Observación directa
Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

TABLA N°29 Combustible

COMBUSTIBLES	CANT. ANUAL	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL	PROVEEDOR
Gas bombona industrial	48 unidades	25,00	1200,00	Agip Gas

Fuente: Observación Directa
Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

I. DISEÑO TÉCNICO



Fuente: (Montes & Lloret, 2005)
Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

ÁREAS

Recepción de materia prima: lugar destinado a recibir las materias primas suministradas por los proveedores precedentes del exterior.

Almacenamiento de alimentos congelados: cámara destinada para el almacenamiento de alimentos a temperaturas de -12 y -18 grados centígrados.

Almacenamiento de alimentos refrigerados: en esta área se almacena los alimentos a una temperatura menor o igual a 5 grados centígrados.

Cámara de bebidas: espacio destinado para almacenar toda clase de bebida.

Almacenamiento de productos de limpieza: se encuentran todos los productos que se utilizan para la limpieza.

Almacenamiento de alimentos a temperatura ambiente: esta área conserva alimentos que no necesitan de refrigeración para estar en estado óptimo.

Área de producción de materia prima: área encargada de pelar toda clase de tubérculos como papas, zanahoria, etc.

Cuarto de basura: lugar para almacenar contenedores de basura los cuales están separados por el tipo de desperdicio.

Lavado y almacenaje de vajilla: aquí se encargan de lavar la vajilla y de clasificarla de acuerdo al tipo.

Área de cocción: lugar donde se encuentran todo el equipamiento utilizado para la preparación o cocción de los alimentos.

Despacho del chef ejecutivo: en este lugar el chef se encarga de revisar y realizar las hojas de requisición y todo lo referente con el área de producción.

J. REQUERIMIENTO DEL TALENTO HUMANO

Ficha Profesiográfica del Gerente General

FICHA PROFESIOGRÁFICA	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO	
GERENTE GENERAL	
FUNCIONES <ul style="list-style-type: none">• Planificar, organizar, dirigir y controlar las diferentes áreas del establecimiento.• Señalar las políticas y estrategias relacionadas con la adquisición, procesamiento, servicio y comercialización de los productos.• Elaborar el presupuesto diario y semanal de compras seleccionando los proveedores por la calidad, precios y garantías de los productos y servicio requerido.• Es responsable del cumplimiento de toda obligación legal y tributaria.• Capacitación hacia los empleados.• Supervisar el cumplimiento de las tareas y responsabilidades asignadas a cada área y la coordinación que deben brindarse entre sí.	
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO	
FORMACIÓN	
Estudios profesionales en administración de empresas o carreras afines	
APTITUDES	
Acostumbrado a trabajar en equipo, Ser objetivo, Iniciativa propia, Tener don de mando, Capacidad de toma de decisiones	
NIVEL	Superior universitario
EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL	Indispensable mínimo 2 años de experiencia
BASE DE COTIZACIÓN:	500,00-700,00

Fuente: (Melo Cristhian, 2011)

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

FICHA PROFESIOGRÁFICA	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO CONTADOR (honorarios profesionales)	
FUNCIONES <ul style="list-style-type: none"> • Elabora los estados de resultados. • Revisa la documentación antes de firmar cheques. • Autoriza y realiza pagos. • Elabora el balance general. • Elabora y ejecuta declaraciones de impuestos. • Calcula la nómina total por pagar. • Efectúa cálculos por depreciación y amortización. • Prepara y elabora cheques para proveedores. • Concilia orden de compra, recepción en bodega y factura. • Hace pagos a proveedores. • Cobra cuentas. • Abre cuentas de crédito 	
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO	
FORMACIÓN Licenciado en Contabilidad o Contador Público.	
APTITUDES Gusto por la contaduría pública, Realizar críticas constructivas, Intentar superarse día a día, Capacidad de negociación, Ser creativo y llegar a ser un líder	
NIVEL	Superior universitario
EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL	Indispensable mínimo 2 años de experiencia
BASE DE COTIZACIÓN:	150,00 – 200,00

Fuente: (García, 2003)

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

FICHA PROFESIOGRÁFICA	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO MESERO	
FUNCIONES <ul style="list-style-type: none"> • Prepara el mise en place del restaurante • Limpia el restaurante • Realiza el montaje de restaurante en los diversos turnos • Toma los pedidos • Verifica el pedido y servir al cliente • Baja la vajilla de los pisos • Realiza la limpieza de los baños de personal 	
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO	
FORMACIÓN Preferente conocimiento de flameo, charoleo y secuencias de servicio, disponibilidad de horario	
APTITUDES Gusto por el trabajo bajo presión y con metas alcanzables	
NIVEL	Mínimo secundaria
EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL	Experiencia en la rama 2 años
BASE DE COTIZACIÓN:	340,00 - 400,00

Fuente: (García, 2003)

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

FICHA PROFESIOGRÁFICA	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO CHEF EJECUTIVO O JEFE DE COCINA	
FUNCIONES <ul style="list-style-type: none"> • Se encarga de que todos los platillos se procesen adecuadamente, cuidando: su temperatura, textura, sabor, presentación, calidad, y cantidad. • Es además responsable de todo el personal que se encuentra en el área, como son: cocineros, ayudantes de cocina. • Supervisión de la higiene de cocina y del personal a su cargo. • Responsable del levantamiento de inventarios de productos de consumo inmediato. 	
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO	
FORMACIÓN Conocimientos en Hotelería, manejo de cocina mexicana e internacional, preparación de Buffets, atención a centros de consumo, Administración de Recursos Humanos, Manejo de recursos humanos, financieros y materiales, así como Supervisión y Coordinación.	
APTITUDES Responsabilidad, Ética en el trabajo, Discreción, Honradez, Manejo de conflictos, Ser imparcial y objetivo con el personal a su cargo, Respeto	
NIVEL	Universitario superior
EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL	Indispensable 3 años de experiencia
BASE DE COTIZACIÓN:	500,00 – 700,00

Fuente: (Cuevas, 2002)
Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

FICHA PROFESIOGRÁFICA	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO COCINERO	
FUNCIONES <ul style="list-style-type: none"> • Preparación de alimentos establecidos por el servicio de catering • Revisar diariamente los cuartos fríos, refrigeradores y salsa del día anterior que se encuentren en buen estado para ser usados durante el día. • Elaborar la comida del personal del catering • Hacer el alistamiento diario (Miss-en-place). • Solicitar materia prima al almacén con la previa autorización del Chef. 	
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO	
FORMACIÓN Profesional en gestión gastronómica, Cursos de cocina, tener conocimientos varios en cocina	
APTITUDES Cooperación, iniciativa, responsabilidad, limpieza y orden.	
NIVEL	Universitario superior
EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL	Indispensable 2 años de experiencia
BASE DE COTIZACIÓN:	400,00 – 500,00

Fuente: (Piamonte, 2009)

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

FICHA PROFESIOGRÁFICA	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO AYUDANTE DE COCINA	
FUNCIONES <ul style="list-style-type: none"> ○ El ayudante lee el menú o plato del día y, consiguientemente las tareas a realizar dentro de su cometido. ○ Selecciona, situando en su lugar de trabajo, los utensilios, herramientas y recipientes a utilizar. ○ Retirárá de las cámaras los géneros necesarios para su trabajo y los situará en la mejor forma dentro de la partida. ○ Cuidará de la puesta a punto del fogón, colocación, limpieza y conservación de utensilios, mesas, tablas de cortar, herramientas, etc. ○ Colaborará en la elaboración de platos, cubriendo los trabajos más sencillos; y en algunos casos, confeccionará algunos platos básicos. ○ Ayudará al emplatado y servicio 	
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO	
FORMACIÓN Conocimientos de cocina, manejo de aparatos de cocina.	
APTITUDES Destreza Manual, Cooperación, iniciativa, responsabilidad, limpieza y orden.	
NIVEL	Mínimo secundaria
EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL	Indispensable 6 a 12 meses de experiencia
BASE DE COTIZACIÓN:	340,00

Fuente: (Según (Barreiro, 2008)
Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

IV. ESTUDIO AMBIENTAL

TABLA N°28 Estudio Ambiental

	ASPECTOS	DAÑOS AL MEDIO AMBIENTE	MEDIDAS DE MITIGACIÓN
REDUCIR	-Energía -Agua	-Contaminación toxica	-Evitar utilizar productos de uso único. -Utilizar focos ahorradores y mantenerlos apagados cuando lo requiera. -Mantener las llaves de agua cerradas cuando sea necesario
RECICLAR	-Plástico -Cartón -Vidrio	-Expulsan gases y otras sustancias toxicas que causan daño al medio ambiente.	-Evitar el consumo excesivo de materiales como el plástico. -Clasificar los deshechos de manera que se pueda dar otro uso.
REUTILIZAR	-Papel -Vidrio -Desperdicios orgánicos	Expulsan gases y otras sustancias toxicas que causan daño al medio ambiente.	-Utilizar las dos caras del papel. -Utilizar los recipientes de vidrio que sea posible. -Utilizar como abono para las plantas.

AL AGUA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Instalar productos ahorradores de agua en sanitarios, lavamanos, lavaplatos, evitaremos el consumo excesivo de agua 2. Colocar carteles o letreros promoviendo consejos para el Uso Eficiente del Agua en las cocina, baños 	Llevar a cabo todos los procedimientos establecidos para el correcto uso del agua en la preparación de alimentos y otros.
---------	---	---

	<p>y espacios donde crea necesario, para que el persona, y clientes realicen acciones responsables</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Capacitar al personal para que no desperdicien el agua en sus actividades diarias 4. Revisar periódicamente el buen estado y funcionamiento de las instalaciones hidráulicas para evitar fugas de agua 5. No verter al drenaje o desagüe: aceite usado, solventes, medicamentos, gasolina, diésel, pinturas o baterías. Estas requieren un tratamiento especial. 6. Utilizar productos biodegradables. 	
AL SUELO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recolección constante de desperdicios 2. Clasificar la basura de acuerdo a su género. 	Mantener siempre ordenado los depósitos de basura, con las fundas que distingan cada tipo de producto que se deseche.
AL AIRE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mantener prendidas extractores de aire. 2. Tener cuidado en preparación de producto y la emanación de gases de los mismos. 3. Revisar contantemente las bombonas de gas para evitar fugas. 4. Evitar usar aerosoles tanto en limpieza como en elaboración de comida 	Llevar registro de control de bobonas de gas a diario. No concentrar olores en la cocina.

Fuente:<http://www.anla.gov.co/contenido/contenido.aspx?conID=8052&catID=1373>
Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

V. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

A. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

1. Área administrativa

TABLA N°29 Organización del personal administrativo

CARGO	FUNCIONES	RESPONSABILIDADES	REMUNERACIÓN
Gerente general (Chef)	Planificar, organizar, dirigir y controlar las diferentes áreas del establecimiento.	Ser el líder del establecimiento de A & B y guiarlos al éxito.	750,00
Contador (honorarios profesionales)	Elaborar balance general, integrar y preparar presupuestos, cobra cuentas	Encargado de todas las cuentas de la empresa	400,00

Fuente; Estudio Técnico

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

1. Área producción y ventas

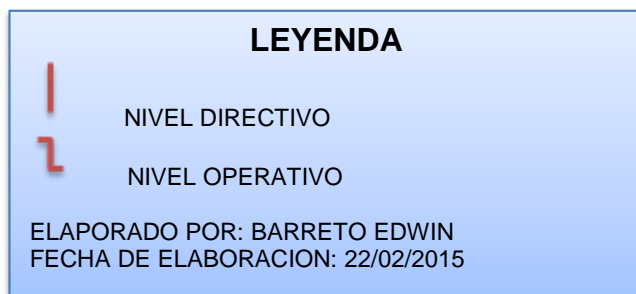
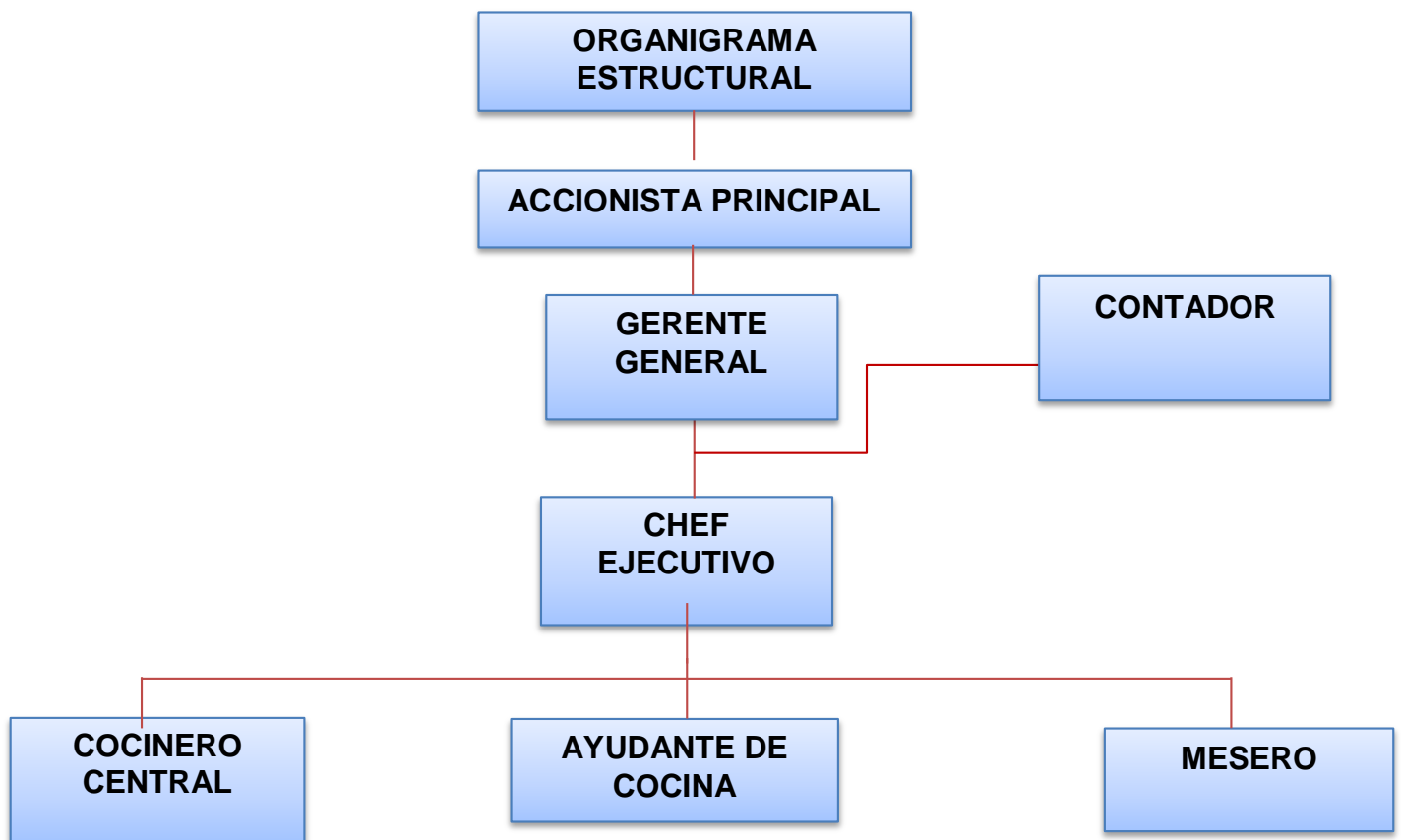
TABLA N°30 Organización del personal de producción y ventas

CARGO	FUNCIONES	RESPONSABILIDADES	REMUNERACIÓN
Cocinero	Recepción de materia prima. Elaboración de preparaciones	Preparara alimentos de calidad	400,00
Ayudante de cocina	Elaboración de miche en place Limpieza y almacenamiento de materia prima	Ayudar en la elaboración de las preparaciones y mantener en orden el área de cocina	340,00
Mesero (honorarios profesionales)	Limpieza de área comercial. Entrega de preparaciones a clientes	Servicio eficaz	\$35,00 x evento

Fuente; Estudio Técnico

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

B. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL CATERING



C. PROCESO DE SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL TALENTO HUMANO

- a. Cubrir puesto.
- b. Descripción de puesto solicitado.
- c. Información del perfil del puesto.
- d. Búsqueda interna.
- e. Informar de reclutamiento externo.
- f. Recepción de candidatos postulados.
- g. Revisión de antecedentes, curriculum.
- h. Entrevistas.
- i. Evaluación específica y/o psicológica.
- j. Formación de candidatos.
- k. Informes de finalistas.
- l. Presentación de finalistas con clientes internos.
- m. Selección de ganadores por cliente interno.
- n. Negociación de contratos con ganadores.
- o. Oferta al postulante por escrito.
- p. Comunicación con candidatos no seleccionados.
- q. Proceso de admisión.
- r. Inducción y capacitación.

VI. ESTUDIO LEGAL

A. TIPO DE EMPRESA QUE SE ESTABLECERÁ

MICROEMPRESA: Empresa familiar generadora de puestos de trabajo.

B. REQUISITOS LEGALES PARA LA CONSTITUCIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA

TABLA N°31 Requisitos legales para el funcionamiento de la empresa

REQUISITOS	PRE- REQUISITOS	COSTOS
RUC	1. Cédula de identidad. 2. Papeleta de votación. 3. Dirección domiciliar.	
PERMISO MUNICIPAL	1. Certificado de cancelación de impuestos. 2. Certificado de no adeudar al Municipio. 3. Solicitud (formulario) relleno por el solicitante.	30,00
PERMISO DE CUERPO DE BOMBERO	1. Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC) 2. Patente municipal 3. Permisos de la Dirección Provincial de Salud y del Cuerpo de Bomberos' 4. Copia de la cédula y del certificado de votación del propietario	45,00
PERMISO DE MINISTERIO DE SALUD	1. Exámenes médicos del personal	70,00
PERMISO DE INTENDENCIA	1. Permiso municipal 2. Permiso cuerpo de bomberos 3. Permiso ministerio de salud	50,00
TOTAL		195.00

Fuente: Observación directa

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

C. OBLIGACIONES FISCALES

TABLA N°32 Obligaciones fiscales

OBLIGACIONES	RESPONSABLE	COSTO
Declaración impuesto a la renta Anexos gastos personales	Contador	100,00

Fuente; Estudio Técnico
Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

VII. ESTUDIO FINANCIERO

A. INVERSIONES DEL PROYECTO TABLA N°33Inversiones del proyecto

RUBROS	INVERSIÓN REALIZADA	INVERSIÓN POR REALIZAR	TOTAL INVERSIÓN
INVERSIONES FIJAS	9200.00	99775.00	108975.00
TERRENO		30000.00	30000.00
EDIFICACIONES Y CONSTRUCCIONES		35000.00	35000.00
VEHICULO DE TRABAJO		20000.00	20000.00
EQUIPO DE PRODUCCION		9690.00	9690.00
EQUIPO DE AREA COMERCIAL	3400.00		3400.00
INVENTARIOS AREA COMERCIAL	300.00		300.00
MENAJE Y VAJILLA	1700.00		1700.00
MUEBLES Y ENSERES	2300.00		2300.00
INVENTARIOS MENAJE DE COCINA		5085.00	5085.00
IMPREVISTOS	1500.00		1500.00
ACTIVOS DIFERIDOS	765.00		765.00
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	195.00		195.00
GASTOS DE PROMOCION	480.00		480.00
IMPREVISTOS	90.00		90.00
CAPITAL DE TRABAJO	1378.33	4479.75	5858.08
MATERIA PRIMA (VIVERES)		3039.75	3039.75
MATERIALES	258.33		258.33
MANO DE OBRA DIRECTA		740.00	740.00
MANO DE OBRA INDIRECTA		700.00	700.00
CAJA Y BANCOS	1000.00		1000.00
IMPREVISTOS	120.00		120.00
TOTAL	11343.33	104254.75	115598.08

Fuente; Estudio Técnico
Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

B. FUENTES Y USOS DEL PROYECTO**TABLA N°34 FUENTES Y USOS DEL PROYECTO**

RUBROS	USO DE FONDOS	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
		RECURSOS PROPIOS	BANCO
INVERSIONES FIJAS	108,975.00	9,200.00	99,775.00
TERRENO	30,000.00		30,000.00
EDIFICACIONES Y CONSTRUCCIONES	35,000.00		35,000.00
VEHICULO DE TRABAJO	20,000.00		20,000.00
EQUIPO DE PRODUCCION	9,690.00		9,690.00
EQUIPO DE AREA COMERCIAL	3,400.00	3,400.00	
INVENTARIOS AREA COMERCIAL	300.00	300.00	
MENAJE Y VAJILLA	1,700.00	1,700.00	
MUEBLES Y ENSERES	2,300.00	2,300.00	
INVENTARIOS MENAJE DE COCINA	5,085.00		5,085.00
IMPREVISTOS	1,500.00	1,500.00	
ACTIVOS DIFERIDOS	765.00	765.00	
GASTOS DE ORGANIZACION	195.00	195.00	
GASTOS DE PROMOCION	480.00	480.00	
IMPREVISTOS	90.00	90.00	
CAPITAL DE TRABAJO	5,858.08	1,378.33	4,479.75
MATERIA PRIMA (VIVERES)	3,039.75		3,039.75
MATERIALES	258.33	258.33	
MANO DE OBRA DIRECTA	740.00		740.00
MANO DE OBRA INDIRECTA	700.00		700.00
CAJA Y BANCOS	1,000.00	1,000.00	
IMPREVISTOS	120.00	120.00	
FINANCIAMIENTO	115,598.08	11,343.33	104,254.75

Fuente; Estudio Técnico

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

C. CLASIFICACIÓN DE LAS INVERSIONES

TABLA N°35 INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

DETALLE	VALOR
TERRENO	30000.00
EDIFICACIONES Y CONSTRUCCIONES	35000.00
VEHICULO DE TRABAJO	20000.00
EQUIPO DE PRODUCCION	9690.00
EQUIPO DE AREA COMERCIAL	3400.00
INVENTARIOS AREA COMERCIAL	300.00
MENAJE Y VAJILLA	1700.00
MUEBLES Y ENSERES	2300.00
INVENTARIOS MENAJE DE COCINA	5085.00
IMPREVISTOS	1500.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	108975.00

Fuente; Estudio Técnico

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

TABLA N°36 INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

DETALLE	VALOR
GASTOS DE ORGANIZACION	195.00
GASTOS DE PROMOCION	480.00
IMPREVISTOS	90.00
TOTAL CARGOS DIFERIDOS	765.00

Fuente; Estudio Técnico

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

TABLA N°37 CAPITAL DE TRABAJO

DETALLE	VALOR
MATERIA PRIMA	3039.75
MANO DE OBRA DIRECTA	740.00
MANO DE OBRA INDIRECTA	700.00
CAJA Y BANCOS	1000.00
IMPREVISTOS	120.00
MATERIALES	258.33
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	5858.08

Fuente; Estudio Técnico

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

TABLA N°38 INVERSIÓN TOTAL

TOTAL DE LA INVERSIÓN	
DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	108975.00
ACTIVOS DIFERIDOS	765.00
CAPITAL DE TRABAJO	5858.08
TOTAL	115598.083

Fuente; Estudio Técnico

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

TABLA N°39 TOTAL FINANCIAMIENTO

FINANCIAMIENTO	
PRESTAMO	104,254.75
APORTACIÓN SOCIO	11,343.33
TOTAL APOORTE SOCIO	11,343.33

Fuente; Estudio Técnico
Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

D. DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS**TABLA N°40 DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS**

DETALLE	VALOR DEL BIEN	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR SALVAMENTO	% DE P	NÚMERO DE AÑOS
EDIFICACIÓN Y CONTRUCCIÓN	35,000.00	1,750.00	21,775.85	5%	20
AREA DE PRODUCCIÓN					
MAQUINARIA Y EQUIPOS DE COCINA	5,350.00	535.00	3,266.62	10%	10
TOTAL AREA PRODUCCION	5,350.00	535.00	3,266.62		
AREA DE COMERCIAL					
MUEBLES Y ENCERES	4,600.00	460.00	2,808.69	10%	10
MENAJE Y VAJILLA	1,700.00	170.00	1,037.99	10%	10
EQUIPO DE COMPUTO	1,500.00	499.95	794.27	33.33%	3
TOTAL AREA COMERCIAL	7,800.00	1,129.95	4,640.95		
VENTAS					
VEHICULO	20,000.00	4,000.00	11,635.76	20%	5
TOTAL ACTIVOS FIJOS	48,150.00	9,079.90	41,319.18		

Fuente; Estudio Técnico
Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

E. AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS

TABLA N°41 AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS	VALOR	% AMORTIZ	AMORTIZACIÓN ANUAL
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	195.00	20%	39.00
GASTOS DE PROMOCIÓN	480.00	20%	96.00
IMPREVISTOS	90.00	20%	18.00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	765.00		153.00

Fuente; Estudio Técnico

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

F. CALCULO DEL PAGO DE LA DEUDA O AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

$$TC = K \frac{i (1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

TC =	Total Cuota	
k =	Capital o préstamo	104,254.75
i =	Tasa de interés	6.50%
n =	Número de Años	10

$$TC = 104,254.75 \frac{(0.08*(1+0.08)^{10})}{((1+0.08)^{10}) - 1} \quad TC = 104,254.75 \quad \begin{matrix} 0.12 \\ 0.88 \end{matrix}$$

$$TC = 104,254.75 \times 0.13910469$$

$$TC = 14502.32$$

TABLA N°42 AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO

AÑOS	INTERES	CUOTA PAGO	CAPITAL PAGADO	CAPITAL PENDIENTE	TASA DE INTERES
0				104,254.75	6.50%
1	6,776.56	14,502.32	7,725.77	96,528.98	
2	6,274.38	14,502.32	8,227.94	88,301.04	
3	5,739.57	14,502.32	8,762.76	79,538.29	
4	5,169.99	14,502.32	9,332.34	70,205.95	
5	4,563.39	14,502.32	9,938.94	60,267.01	
6	3,917.36	14,502.32	10,584.97	49,682.04	
7	3,229.33	14,502.32	11,272.99	38,409.05	
8	2,496.59	14,502.32	12,005.74	26,403.32	
9	1,716.22	14,502.32	12,786.11	13,617.21	
10	885.12	14,502.32	13,617.21	0.00	
TOTALES	40,768.50	145,023.25	104,254.75		

Fuente; Estudio Técnico

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

G. SUELDOS

TABLA N°43 SUELDOS

SUELDO BASICO			340		12.15%		
CARGO	SUELDOS	DÉC. TERCE	DÉCIMO CUARTO	APORTE PATRONAL + IECE Y SECAP		TOTAL	ANUAL
ÁREA ADMINISTRATIVA							
GERENTE GENERAL CHEF	700.00	58.33	28.33	85.05		871.72	10460.60
CONTADOR	HONORARIOS PROFESIONALES						400.00
ÁREA PRODUCCIÓN							
COCINERO	400.00	33.33	28.33	48.60		510.27	6123.20
AYUD DE COCINA	340.00	28.33	28.33	41.31		437.98	5255.72
TOTAL	740.00	61.67	56.67	89.91		948.24	11,378.92
VENTAS							
MESERO	NÚMERO MESERO		VALOR EVENTO	NÚMERO EVENTOS MENSUAL	NÚM. EVEN. ANUAL	TOTAL VALOR MENSUAL	TOTAL VALOR ANUAL
HONORARIOS PROFESIONALES	3		35.00	2	24	210.00	2,520.00

Fuente; Estudio Técnico

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

H. COSTOS DE MATERIA PRIMA Y VALOR VENTAS
TABLA N°44 COSTOS DE MATERIA PRIMA Y VENTAS

DETALLE	COSTOS	
	MATERIA PRIMA	VALOR VENTAS
ALIMENTACION DIARIA	16589.77	51840.00
EVENTOS SOCIALES	6408.00	38500.00
TOTAL	22997.77	90340.00

Fuente; Estudio Técnico
 Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

I. ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

TABLA N°45 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTOS DE PRODUCCIÓN										
Materia prima (MP)	22997.77	23,841.79	24,716.78	25,623.89	26,564.28	27,539.19	28,549.88	29,597.66	30,683.90	31,810.00
Mano de obra directa (MOD)	11,378.92	11,796.53	12,229.46	12,678.28	13,143.57	13,625.94	14,126.01	14,644.44	15,181.89	15,739.07
Costos Indirectos de Fabricación (CIF)	14,874.60	15,420.50	15,986.43	16,573.13	17,181.37	17,811.92	18,465.62	19,143.31	19,845.87	20,574.21
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	49,251.29	51,058.81	52,932.67	54,875.30	56,889.22	58,977.06	61,141.52	63,385.41	65,711.65	68,123.27
GASTOS ADMINISTRATIVOS										
Honorarios profes.	400.00	414.68	429.90	445.68	462.03	478.99	496.57	514.79	533.68	553.27
Servicios básicos 40%	576.00	597.14	619.05	641.77	665.33	689.74	715.06	741.30	768.51	796.71
Movilización	540.00	559.82	580.36	601.66	623.74	646.64	670.37	694.97	720.47	746.92
Depreciación de activos fijos	1,129.95	1,129.95	1,129.95	1,129.95	1,129.95	1,129.95	1,129.95	1,129.95	1,129.95	1,129.95
Gastos de organización	195.00	195.00	195.00	195.00	195.00	195.00	195.00	195.00	195.00	195.00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	2,840.95	2,896.59	2,954.27	3,014.06	3,076.05	3,140.32	3,206.94	3,276.01	3,347.62	3,421.85
GASTOS DE VENTA										
Honorarios profesionales	2,520.00	2,520.00	2,520.00	2,520.00	2,520.00	2,520.00	2,520.00	2,520.00	2,520.00	2,520.00
Publicidad	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00
Depreciación Activos Fijos	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00
TOTAL GASTOS VENTAS	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00
GASTOS FINANCIEROS										
Intereses bancarios	6,776.56	6,274.38	5,739.57	5,169.99	4,563.39	3,917.36	3,229.33	2,496.59	1,716.22	885.12
TOTAL	65,868.80	67,229.78	68,626.50	70,059.35	71,528.66	73,034.73	74,577.79	76,158.01	77,775.48	79,430.24

Fuente; Estudio Técnico

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

J. ESTRUCTURA DE INGRESOS**TABLA N°46 ESTRUCTURA DE INGRESOS**

EXTRUCTURA DE INGRESOS	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Por Alimentos Preparados	51,840.00	53,742.53	55,714.88	57,759.61	59,879.39	62,076.97	64,355.19	66,717.03	69,165.54	71,703.92
Servicio de Catering Eventos	38,500.00	39,912.95	41,377.76	42,896.32	44,470.61	46,102.69	47,794.65	49,548.72	51,367.16	53,252.33
TOTAL INGRESOS	90,340.00	93,655.48	97,092.63	100,655.93	104,350.01	108,179.65	112,149.84	116,265.74	120,532.70	124,956.25

Fuente; Estudio Técnico

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

K. ESTADO DE RESULTADOS**TABLA N°47 ESTADO DE RESULTADOS**

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ventas Netas	90,340.00	93,655.48	97,092.63	100,655.93	104,350.01	108,179.65	112,149.84	116,265.74	120,532.70	124,956.25
(-) Costos de Producción	49,251.29	51,058.81	52,932.67	54,875.30	56,889.22	58,977.06	61,141.52	63,385.41	65,711.65	68,123.27
(=) Utilidad Bruta	41,088.71	42,596.67	44,159.96	45,780.63	47,460.78	49,202.59	51,008.33	52,880.33	54,821.04	56,832.98
(-) Gastos de Administración	2,840.95	2,896.59	2,954.27	3,014.06	3,076.05	3,140.32	3,206.94	3,276.01	3,347.62	3,421.85
(-) Gastos de Ventas	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00
(=) Utilidad Operativa	31,247.76	32,700.08	34,205.70	35,766.57	37,384.73	39,062.28	40,801.39	42,604.32	44,473.43	46,411.13
(-) Gastos Financieros	6,776.56	6,274.38	5,739.57	5,169.99	4,563.39	3,917.36	3,229.33	2,496.59	1,716.22	885.12
(=) Utilidad Neta antes de repartición de Utilidades	24,471.20	26,425.69	28,466.13	30,596.58	32,821.34	35,144.92	37,572.05	40,107.74	42,757.21	45,526.01
(-) Reparto de Utilidades 15%	3670.68	3963.85	4269.92	4589.49	4923.20	5271.74	5635.81	6016.16	6413.58	6828.90
(=) Utilidad Neta antes de Impuestos	20,800.52	22,461.84	24,196.21	26,007.10	27,898.14	29,873.18	31,936.25	34,091.57	36,343.63	38,697.11
(-) Impuestos (TAB. IMP. REN)	3158.54	3274.46	3394.63	3519.21	3648.37	3782.26	3921.07	4064.97	4214.16	4368.82
(=) UTILIDAD NETA	17,641.98	19,187.38	20,801.58	22,487.88	24,249.78	26,090.92	28,015.18	30,026.60	32,129.47	34,328.29

Fuente; Estudio Técnico

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

L. BALANCE GENERAL

TABLA N°48 BALANCE GENERAL

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Activo Corriente (capital trabajo)	5858.08	6073.07	6295.96	6527.02	6766.56	7014.89	7272.34	7539.23	7815.92	8102.77	8400.14
Activo fijo	108975.00	112974.38	117120.54	121418.87	125874.94	130494.55	135283.70	140248.61	145395.73	150731.76	156263.61
Depreciación Acumulada		-9079.90	-18159.80	-27239.70	-36319.60	-45399.50	-54479.40	-63559.30	-72639.20	-81719.10	-90799.00
Activos. Diferidos (valor anual amort)	765.00	612.00	459.00	306.00	153.00	0.00					
TOTAL ACTIVOS	115598.08	110579.56	105715.70	101012.18	96474.90	92109.94	88076.64	84228.54	80572.46	77115.43	73864.75
Pasivo Corriente (intereses)		6,776.56	6,274.38	5,739.57	5,169.99	4,563.39	3,917.36	3,229.33	2,496.59	1,716.22	885.12
Pasivo Largo Plazo (préstamo)	104,254.75	96,528.98	88,301.04	79,538.29	70,205.95	60,267.01	49,682.04	38,409.05	26,403.32	13,617.21	0.00
Patrimonio	11,343.33	11,343.33	11,343.33	11,343.33	11,343.33	11,343.33	11,343.33	11,343.33	11,343.33	11,343.33	11,343.33
UTILIDAD EJERCICIO (Utilidad neta)		17,641.98	19,187.38	20,801.58	22,487.88	24,249.78	26,090.92	28,015.18	30,026.60	32,129.47	34,328.29
TOTAL PASIVO (+) PATRIMONIO	115598.08	132290.86	125106.15	117422.77	109207.16	100423.51	91033.65	80996.89	70269.84	58806.23	46556.74

Fuente; Estudio Técnico
Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

M. CÁLCULO DEL FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO
TABLA N°49 CÁLCULO DEL FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

	RUBRO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
+	VENTAS		90,340.00	93,655.48	97,092.63	100,655.93	104,350.01	108,179.65	112,149.84	116,265.74	120,532.70	124,956.25
+	VAL. SALVAMENTO											41,319.18
-	GAST. PRODUCCIÓN		49,251.29	51,058.81	52,932.67	54,875.30	56,889.22	58,977.06	61,141.52	63,385.41	65,711.65	68,123.27
-	GASTOS ADMIN.		2,840.95	2,896.59	2,954.27	3,014.06	3,076.05	3,140.32	3,206.94	3,276.01	3,347.62	3,421.85
-	GAST. VENTAS		7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00
-	GAST. FINANCIEROS		6,776.56	6,274.38	5,739.57	5,169.99	4,563.39	3,917.36	3,229.33	2,496.59	1,716.22	885.12
-	AMOR. ACT. DIFER. (5 AÑ)		765.00	765.00	765.00	765.00	765.00					
=	UTILI. ANTES DE REP. UTIL.Y IMP.		23,706.20	25,660.69	27,701.13	29,831.58	32,056.34	35,144.92	37,572.05	40,107.74	42,757.21	86,845.19
-	REPARTO UTILIDADES		3670.68	3963.85	4269.92	4589.49	4923.20	5271.74	5635.81	6016.16	6413.58	6828.90
=	UTILID. ANTES DE IMPUEST.		20,035.52	21,696.84	23,431.21	25,242.10	27,133.14	29,873.18	31,936.25	34,091.57	36,343.63	80,016.29
-	IMPUESTO		3158.54	3274.46	3394.63	3519.21	3648.37	3782.26	3921.07	4064.97	4214.16	4368.82
=	UTILIDAD NETA		23,194.06	24,971.30	26,825.84	28,761.31	30,781.51	33,655.44	35,857.32	38,156.55	40,557.79	84,385.11
+	DEPRECIACIONES		9,079.90	9,079.90	9,079.90	9,079.90	9,079.90	9,079.90	9,079.90	9,079.90	9,079.90	9,079.90
+	AMORTIZACION ACT. NOMINAL		765.00	765.00	765.00	765.00	765.00					
-	INVER. MAQ. Y EQUIP.	-5,350.00										
-	INVER.TERR. Y EDIFI.	-65,000.00										
-	INVER. OTROS	-7,700.00										
-	INV.ACT. NOMINAL	-765.00										
-	INV. CAPIT. TRABAJO		-5858.08									
-	VEHICULO	-20,000.00										
-	IMPREVITOS	-1500.00										
+	RECUPERACIÓN CAP.TRABAJO											5858.08
+	PRÉSTAMO	104,254.75										
-	AMORTIZA.PRÉSTAMO		-7,725.77	-8,227.94	-8,762.76	-9,332.34	-9,938.94	-10,584.97	-11,272.99	-12,005.74	-12,786.11	-13,617.21
	FLUJO DE CAJA		90,340.00	93,655.48	97,092.63	100,655.93	104,350.01	108,179.65	112,149.84	116,265.74	120,532.70	124,956.25

Fuente; Estudio Técnico

Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

N. CALCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN)
TABLA N°50 VALOR ACTUAL NETO

Tabla Valor Actual Neto				
No.	FCA	$(1+i)^n$	FLUJO AC	$FCA/(1+i)^n$
0	-115598.08			-115598.08
1	19455.11	1.04	20169.11	-95428.97
2	26588.26	1.07	28575.64	-66853.32
3	27907.98	1.11	31094.80	-35758.53
4	29273.87	1.16	33813.69	-1944.84
5	30687.47	1.20	36747.40	34802.56
6	32150.37	1.24	39912.10	74714.66
7	33664.22	1.29	43325.17	118039.84
8	35230.71	1.33	47005.23	165045.07
9	36851.58	1.38	50972.27	216017.34
10	79847.80	1.43	114496.96	330514.30
VAN				330514.30

Fuente; Estudio Técnico
 Elaborado por: (Barreto, E. 2014)

VIII. EVALUACIÓN FINANCIERA

TIR =	32.25%
VAN =	\$ 330.514,30
PERIODO RECUPERACION =	4to Año
RELACIÓN COSTO BENEFICIO =	1.45

Para evaluar la viabilidad de la presente propuesta se realizaron los siguientes análisis:

1. Valor Actualizado Neto (VAN)

El Servicio de Catering tiene un VAN de \$330.514,30 dólares, dándonos a conocer que es comercialmente aceptable.

2. Tasa de Rendimiento Interna (TIR)

La TIR es del 32.35% dándonos a entender que el proyecto tiene un rendimiento de los fondos invertidos rentable.

3. Relación Beneficio/Costo

La Relación Beneficio - Costo para el Servicio de Catering se obtiene dividiendo el valor actualizado del flujo de ingresos, por el valor actualizado del flujo de costos obteniendo un R.B.C de \$ 1.45 , indicando que por cada dólar invertido se tendrá una ganancia de 0.70 centavos.

VII. CONCLUSIONES

- Se logró elaborar un Estudio de Factibilidad que permitirá al Restaurante El Gitano agregar un Servicio de Catering a las opciones que tienen dentro de la alimentación, el cual será para eventos sociales, empresariales o afines.
- Se realizó el Estudio de Mercado el mismo que permitió saber cuál es la competencia directa e indirecta, se analizó lo positivo y negativo de lo que implicaría la creación de un servicio de catering.
- Una vez revisada toda la información bibliográfica, e indagada todas las bases legales con las que debe cumplir, se logró establecer las normativas, pautas, leyes que debe tener el servicio de catering para su funcionamiento de manera legal.
- El estudio financiero permitió tener un conocimiento sobre viabilidad económica, para darnos cuenta que la creación del servicio de catering en el Restaurante El Gitano es óptimo y nos brindará beneficios económicos en un futuro.

VIII. RECOMENDACIONES

- Se recomienda la implementación del Servicio de Catering para el Restaurante El Gitano, para brindar un servicio eficaz y de calidad que cumplan con las expectativas de los clientes, ya que en muchas de las ocasiones los clientes prefieren un servicio a domicilio, y para la realización de un evento social prefieren el sabor del establecimiento.
- Se recomienda la ejecución de todos los procesos del estudio de mercado, este debe ser realizado por una persona que conozca del medio, para que arroje datos reales que beneficiara al establecimiento y pueda consolidarse a nivel local.
- Es importante para cualquier establecimiento que vaya a empezar hoy en día a trabajar, conocer el estudio técnico, saber las bases legales con las que debe funcionar el establecimiento, comprender la parte administrativa en el talento humano, para no tener ningún tipo de error en los procesos operativos, determinar el impacto ambiental para apoyar el medio ambiente, y financiero para no llegar a un punto de quiebra.
- Teniendo en claro el presupuesto con el que cuenta el establecimiento para formar un servicio de catering se recomienda trabajar con proveedores serios del medio local o nivel nacional que permitirá un presupuesto fijo para que de esta manera la viabilidad económica no sufra un cambio brusco.

IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arredoondo, Á., Ascencio, S., Cid, S., & Micheli, B.** (2005). *Diseño de proyecto en investigación educativa*. Chile : AFEFCE.
- Baca, G.** (2006). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw-Hill Interamericana
- Benassini, M.** (2009). *Introducción a la investigación de mercados* . México: Pearson Educación .
- Bernal, C.** (2010). *Metodología de la investigación* . Colombia: Pearson Educación .
- Blanco, A.** (2007). *Formulación y evaluación de proyectos*. Carácas: Fondo Editorial Tropykos.
- Brian Cooper, B. F.** (2002). *Como iniciar y administrar un restaurante* . Colombia: Graficas de la Sabana
- Buendía, E., Colás, B. & Hernández, P.** (2001). *Métodos de investigación en psicopedagogía*. Madrid: McGraw-Hill.
- Cázeres, L., Christen, M. & Jaramillo, E.** (1999). *Técnicas actuales de investigación documental* . México: Trillas
- Cantú, P. & Delgado H.** (2001). *Desarrollo de una cultura de calidad*. Segunda Edición. México: McGraw Hill.
- Cerda, H.** (1993). *Los elementos de la investigación* . Bogota : El Buho .
- Erossa.** (2004). *Proyectos de inversión en ingeniería* . México: Limusa.
- Ford, R.C. & Heaton, C.P.** (2001). *Atención al cliente en los servicios de ocio*. Madrid: Paraninfo Thomson Learning.
- García, F., García, P., & Gil, M.** (2009). *Técnicas de servicio de atención al cliente* .Madrid - España: Paraninfo.
- Gardiner, J., & Housley, J.** (2009). *Hospitality & catering*. Londres: Hodder Education .
- Gallego, J. F.** (2008). *Marketing para hoteles y restaurantes*. Madrid: Cengage Learning Paraninfo.
- Guambi, D. Melo, A.** (2004). *Manual de procedimientos en el área operativa para una empresa de catering*. Quito. Ute.
- Kinton, R., Ceserani, V. & Foskett, D.** (1995.). *Teoría del catering*. Zaragoza: Acribia.

- Lawson, F.** (2006). *Catering, diseño de establecimientos alimentarios*. Barcelona: Blume.
- Loman N.** (2007). *Catering management*. New Jersey: John Wiley.
- Martínez, R.** (2010). *Rincon del universitario*. Consultado el 10 de marzo 2015. Obtenido de <http://rincondeluniversitario.blogspot.com/2010/02/servicio-de-catering.html>
- Martínez, M.** (2008). *Tenemos tu catering* . Consultado el 12 de mayo 2015 Obtenido de <http://tenemostucatering.blogspot.com/2008/04/servicios-de-catering.html>
- Montes, G., & Silena, M.** (2012). *Recepcion y lavado de servicios de catering*. Antequera - España: ic editorial.
- Morán, G. & Cervantes, G.** (2010). *Métodos de investigación*. México: Pearson Educación .
- Muñoz, C.** (2011). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. México : Pearson Educación de México.
- Pacheco, A.** (2006). *Metología crítica de la investigación*. Mexico: Compañía Editorial Continental.
- Paul J.** (1997). *Gestión de la calidad total*. Madrid: Prentice Hall.
- Reynaga, J.** (1996). *Lecturas básicas para el apoyo de las unidades de estadística descriptiva y analítica* . México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Ramirez, D., Vidal, A. & Dominguez, Y.** (2009). *Etapas de análisis de factibilidad*. Consultado el 14 de agosto 2015. Obtenido de: <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm#>
- Rodríguez, V.R.** *Costos aplicados en hotelería, alimentos y bebidas*. 4ª.ed. Bogotá: Ecoe Ediciones. 2012.
- Sapag, J.** (2004). *Evaluación de proyectos* . México: McGraw-Hill.
- Sapag, N.& Sapag, R.** (1991). *Preparación y evaluación de proyectos* . México: McGraw-Hill Latinoamericana .
- Sesmero, L.** (2010). *Servicio de catering* . Málaga: Editorial Vertice.
- Siskind, B.** (2005). *Marketing de eventos*. Canada: John Wiley.
- Sutherland, D.** (2010). *Servicio de restaurantería*. México: Trillas.

Valderrey, S.P. (2011). Investigación de mercados. Bogotá: Starbook.

Vértice, E. (2008). *La calidad en el servicio al cliente*. Málaga: Vértice.

Weiss, E. (2010). Catering Handbook. New York: Mc Graw Hill.

X. ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA



ENCUESTA

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA UN SERVICIO DE
CATERING PARA EL RESTAURANTE EL GITANO DE LA CIUDAD DE
RIOBAMBA. 2014**

Estimado Sr(a):

El presente estudio tiene por finalidad conocer las necesidades alimenticias referidas al Servicio de Catering que tienen los habitantes de la Ciudad de Riobamba, para lo cual se solicita su colaboración marcando con una "X" las opciones que usted crea estar de acuerdo, sea el caso o respondiendo lo que se le pregunta, sabiendo que el

"Catering es un servicio de suministro de comidas y bebidas, ofrecido a la medida de las necesidades del cliente según los gustos y preferencias y servido en cantidad, lugar y tiempo que lo desee" Gracias.

SEXO: ☐ Masculino ☐ Femenino

1. ¿Conoce Ud. alguna empresa de catering en la ciudad de Riobamba?

☐ Si, Especifique el nombre

☐ No-

2. ¿Para Ud. cómo debería ser un Servicio de Catering?

- ☐ De calidad sin importar el costo
- ☐ Buena atención en el servicio
- ☐ Preparaciones tradicionales
- ☐ Preparaciones gourmet
- ☐ Comodidad en el pago
- ☐ De costo razonable

3. Cuando realiza una reunión social en su casa, usted...

- ☐ Prepara los alimentos para dicha reunión
- ☐ Contrata el servicio para que sea entregado en el domicilio
- ☐ Los compra ya preparados
- ☐ Otra forma

4. ¿Con qué frecuencia consume alimentos fuera de su hogar?

- ☐ Todos los días
- ☐ Una vez a la semana
- ☐ Una vez cada 15 días
- ☐ Una vez al mes
- ☐ Nunca

5. ¿Cuál de los siguientes rangos estaría dispuesto a pagar por un menú para un evento social?

- ☐ \$ 6.00 - \$10.00
- ☐ \$10.00 - \$15.00
- ☐ \$15.00 - \$20.00

6. ¿Cuál le gustaría que sea la oferta del servicio de catering?

- ☐ Entrada
- ☐ Postres
- ☐ Platos Internacionales
- ☐ Platos Nacionales
- ☐ Platos Gourmet

7. ¿Le gustaría que en la ciudad de Riobamba exista una empresa que ofrezca servicios de calidad en cuanto a preparación de alimentos y bebidas con servicio a domicilio?

- ☐ Si,
- ☐ No.

8. ¿INTENCIÓN DE COMPRA: Ud. estaría dispuesto a contratar los servicios de este Servicio de Catering, cuando lo necesite?

- ☐ SI
- ☐ NO

Gracias por su valiosa colaboración

ANEXO 2 BASE DE DATOS

BASE DE DATOS RESTAURANTE EL GITANO


NOMBRE	DIRECCIÓN	No CÉDULA	TELÉFONO
Mario Lozano	Av.9 de Octubre y Lavalle	060112549-7	2610492
Sonia Álvarez	1era Constituyente y Joaquín Chiriboga	091848725-7	2945136
Fausto Yaulema	Panamericana Norte km 2	060140946-9	2300313
Teresa Lamina	Velazco y 12 de Octubre	060213671-5	2961664
Iván Muñoz	Av. Antonio José de Sucre y Rosales	060294639-4	2367059
Walter Parra	Las Retamas mz B casa 4	060245676-6	2306373
Carlos Iza	Cdla. Fausto Molina	060302484-5	2948100
Luz María Cáceres	9 de Octubre 32-34 y Francia	060045098-5	2947083
Patricia Cáceres	Boyacá y Diego de Almagro	060266909-5	2947215
Nancy Cuzco	Guano	060326558-8	2902056
Ximena Romero	Junín 27 - 11 y Colón	060466020-9	2626372
Miguel Ángel Cisneros	Ayacucho 23 - 65 y Larrea	060293098-4	2966546
Fausto Vizuite	Av. Antonio José de Sucre y Febres Cordero	060320183-1	2953698
Eddison Arandi	Cdla. Pucara	180277304-2	2968298
Pablo Ricaurte	Av. Daniel León Borja	060345086-7	2962079
Hernán Calderón	Guano	060329518-9	2900818
Susana Yaulema	Veloz y Lavalle	060249430-1	2968122
Patricio Baquero	Cdla. Juan Montalvo	060293360-8	2302669
Lorena Márquez	Cdla. Fausto Molina mz 14 casa 23	060362334-2	0994377786
Fabián Álvarez	Veloz y Colon	060246595-7	2957123
Freddy Rea Rodríguez	Gonzalo Dávalos y Carlos Zambrano	120388496-8	2950211
Carlos Moncayo	Lavalle y Olmedo	060160301-2	2940279
Walter Inca	Pichincha 29 - 39 y Venezuela	060179069-4	2964874
Mario Vallejo	Ayacucho y García Moreno	060287228-5	2949491
Julio Díaz	Guano	060375180-1	2901776
Wilson Pérez	Baños	180254292-6	0992800518
Javier Tamayo	Cordovez 26-46 Pichincha	060320546-9	2954369
Luis Maza	Quito	070402363-9	0984762360
Alcides Valdiviezo	Av. Del Ejercito y 5ta transversal	060092408-8	2935168
Geovanny Mendoza	Carabobo y Orozco	060289786-0	0992773251

ANEXO 3


RECETAS

ESTANDAR


1. MENESTRÓN

NOMBRE DE LA RECETA					MENESTRÓN			N°
SOPAS				X	TIEM. PREPARACIÓN	1 hora	1	
PLATO FUERTE					ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX	
POSTRE					VIDA ÚTIL	1 día	6	
BEBIDA								
CANT. REQ.	UNIDAD	CANT.	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO	
300	gr	1000	0.80	FREJOL	Remojar, cocinar	Cocinar el hueso carnudo por 30 minutos agregar las papas cocinar el fideo macarrón , preparar un refrito con tomate, cebolla y el ajo y verter en el caldo	0.24	
300	gr	400	0.80	MACARRÓN	Cocinar		0.60	
250	gr	454	0.22	PAPAS	Pelar, Picar en Dados pequeños		0.12	
500	gr	1000	1.30	HUESO DE CHANCHO	Limpiar, Cocinar		0.65	
15	gr	454	2.50	AJO	Brunoise		0.08	
100	gr	454	0.40	CEBOLLA	Brunoise		0.09	
150	gr	454	0.50	TOMATE	Lavar, Picar en dados pequeños		0.17	
C/N				SAL				
								
						COSTO TOTAL	1.95	
						COSTO UNITARIO	0.32	
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE								
Tabla plástica , Bowl, Cuchillo								
Sartén								
Cacerola								
TÉCNICAS A UTILIZARSE								
Lavar								
Cocinar								
Pelar								
Hervir								
Sofreír								


2. AGUADO DE POLLO

NOMBRE DE LA RECETA					AGUADO DE POLLO		N°
SOPAS				X	TIEMPO DE PREP.	1 hora	2
PLATO FUERTE					ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE					VIDA ÚTIL	1 día	4
BEBIDA							
CANT. REQ.	UNIDAD	CANT.	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
400	gr	454	1.20	PIERNAS DE POLLO	Lavar, Cocinar	Colocar 7 tazas de agua fría en una cacerola y cocinar el pollo por 10 minutos agregar el arroccillo, realizar un refrito con el ajo, cebolla y tomate. Agregar el refrito en la cacerola del pollo y dejar a fuego lento, por ultimo agregar orégano al gusto.	1.06
150	gr	454	0.35	ARROCILLO	Lavar, Cocinar,		0.12
250	gr	454	0.22	PAPA	Pelar, Picar en Dados pequeños		0.12
100	gr	454	0.40	CEBOLLA	Pelar, Picar brunoise		0.09
15	gr	454	2.50	AJO	Brunoise		0.08
100	gr	454	0.50	TOMATE	Picar dados		0.11
3	gr	1000	4.00	OREGANO			0.01
C/N				SAL			
							
						COSTO TOTAL	1.59
						COSTO UNITARIO	0.40
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE							
Tabla plástica							
Cuchillo							
Bowl							
Sartén							
Cacerola							
TÉCNICAS A UTILIZARSE							
Lavar							
Cocinar							
Pelar							
Hervir							
Sofreír							


3. MOROCHO DE SAL

NOMBRE DE LA RECETA				MOROCHO DE SAL			N°
SOPAS				X	TIEMPO DE PREP.	1 hora	3
PLATO FUERTE					ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE					VIDA ÚTIL	1 día	4
BEBIDA							
CANT. REQU.	UNIDAD	CANT.	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
300	gr	454	1.00	COSTILLA DE RES	Lavar, Cortar, Cocinar	Cocinar la costilla en una cacerola con agua y agregar el ajo para saborizar el caldo, verter en la cacerola el morocho previamente remojado y dejar hervir por 15 minutos, agregar leche, y rectificar sabores.	0.66
200	gr	454	0.40	MOROCHO	Remojar, Lavar, Cocinar,		0.18
300	gr	454	0.22	PAPA	Pelar, Picar en Dados pequeños		0.15
15	gr	454	2.50	AJO	Pelar, Picar brunoise		0.08
450	ml	1000	0.75	LECHE			0.34
3	gr	1000	12.00	PIMIENTA			0.04
C/N				SAL			
							
						COSTO TOTAL	1.44
						COSTO UNITARIO	0.36
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE							
Tabla plástica							
Cuchillo							
Bowl							
Cacerola							
TÉCNICAS A UTILIZARSE							
Lavar							
Cocinar							
Pelar							
Hervir							


4. SOPA DE QUINUA

NOMBRE DE LA RECETA					SOPA DE QUINUA		N°
SOPAS				X	TIEMPO DE PREP.	1 hora	4
PLATO FUERTE					ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE					VIDA ÚTIL	1 día	6
BEBIDA							
CANT. REQ.	UNIDAD	CANT.	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
300	gr	454	0.75	QUINUA	Lavar, Cocinar	Sofreír el ajo con mantequilla y agregar en una cacerola con agua, agregar el hueso de cerdo y dejar hervir, verter la quinua cocinada y la papa y dejar a fuego lento por 20 minutos, rectificar sabores.	0.50
500	gr	454	1.30	HUESO DE CERDO	Lavar, Cocinar,		1.43
200	gr	454	0.22	PAPA	Pelar, Picar en Dados pequeños		0.10
8	gr	454	2.50	AJO	Pelar, Picar brunoise		0.04
70	gr	454	1.80	MANTEQUILLA			0.28
2	gr	1000	12.00	PIMIENTA			0.02
C/N				SAL			
							
						COSTO TOTAL	2.37
						COSTO UNITARIO	0.39
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE							
Tabla plástica							
Cuchillo							
Bowl							
Cacerola							
Sartén							
TÉCNICAS A UTILIZARSE							
Lavar							
Cocinar							
Pelar							
Hervir							
Sofreír							


5. SANCOCHO DE CARNE

NOMBRE DE LA RECETA					SANCOCHO DE CARNE		N°
SOPAS				X	TIEMPO DE PREP.	1 hora	5
PLATO FUERTE					ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE					VIDA ÚTIL	1 día	4
BEBIDA							
CANT. REQ.	UNIDAD	CANT.	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
400	gr	454	1.00	COSTILLA DE RES	Lavar, Cocinar	Sofreír el ajo agregar en una cacerola con agua, agregar la costilla de res y dejar hervir, agregar la yuca el verde y el choclo hasta que estén cocidos, agregar leche, por ultimo rectificar sabores.	0.88
200	gr	454	0.5	CHOCLO	Lavar, Cocinar,		0.22
200	gr	454	0.40	YUCA	Pelar, Picar , Cocinar		0.18
200	gr	454	0.40	VERDE	Pelar, Picar , Cocinar		0.18
10	gr	454	2.50	AJO	Pelar, Picar brunoise		0.06
250	ml	1000	0.75	LECHE			0.19
5	gr	1000	12.00	PIMIENTA			0.06
5	gr	30	0.25	CILANTRO	Picar		0.04
C/N				SAL			
							
						COSTO TOTAL	1.80
						COSTO UNITARIO	0.45
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE							
Tabla plástica							
Cuchillo							
Bowl							
Cacerola							
TÉCNICAS A UTILIZARSE							
Lavar							
Cocinar							
Pelar							
Hervir							


6. VICHE DE PESCADO

NOMBRE DE LA RECETA					VICHE DE PESCADO		N°
SOPAS				X	TIEMPO DE PREP.	1 hora	6
PLATO FUERTE					ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE					VIDA ÚTIL	1 día	4
BEBIDA							
CANT. REQ.	UNIDAD	CANT.	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
400	gr	1000	4.00	CORVINA	Lavar, Cocinar	En un sartén sofreír el ajo con el achiote, añadir la cebolla y el cilantro. Realizar una cocción aparte del choclo y la yuca, agregar el pescado y dejar cocinar por 15 minutos.	1.60
150	gr	454	0.5	CHOCLO	Lavar, Cocinar,		0.17
200	gr	454	0.40	YUCA	Pelar, Picar , Cocinar		0.18
120	gr	454	0.40	CEBOLLA	Pelar, Picar , Cocinar		0.11
16	gr	454	2.50	AJO	Pelar, Picar brunoise		0.09
4	gr	1000	12.00	PIMIENTA			0.05
4	gr	30	0.25	CILANTRO	Picar		0.03
15	ml	500	1.50	ACHIOTE			0.05
C/N				SAL			
							
						COSTO TOTAL	2.26
						COSTO UNITARIO	0.57
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE							
Tabla plástica							
Cuchillo							
Bowl							
Cacerola							
TÉCNICAS A UTILIZARSE							
Lavar							
Cocinar							
Pelar							


7. CALDO DE POLLO

NOMBRE DE LA RECETA					CALDO DE POLLO		N°
SOPAS				X	TIEMPO DE PREP.	1 hora	7
PLATO FUERTE					ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE					VIDA ÚTIL	1 día	4
BEBIDA							
CANT. REQ.	UNIDAD	CANT.	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
400	gr	454	1.20	PIERNAS DE POLLO	Lavar, Cocinar	Cocinar el pollo en agua con sal, cebolla, ajo y pimienta. Agregar la yuca en el líquido de cocción agregar la leche y dejar cocer por 20 minutos por ultimo agregar las yemas de huevos, y rectificar sabores	1.06
260	gr	454	0.40	YUCA	Pelar, Picar , Cocinar		0.23
120	gr	454	0.40	CEBOLLA	Pelar, Picar , Cocinar		0.11
10	gr	454	2.50	AJO	Pelar, Picar brunoise		0.06
3	gr	1000	12.00	PIMIENTA			0.04
2	U	30	3.00	HUEVOS			0.20
250	ml	1000	0.75	LECHE			0.19
C/N				SAL			
							
						COSTO TOTAL	1.87
						COSTO UNITARIO	0.47
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE							
Tabla plástica							
Cuchillo							
Bowl							
Cacerola							
TÉCNICAS A UTILIZARSE							
Lavar							
Cocinar							
Pelar							
Hervir							


8. CALDO DE PATA

NOMBRE DE LA RECETA					CALDO DE PATA DE CERDO		N°
SOPAS				X	TIEMPO DE PREP.	1 hora	8
PLATO FUERTE					ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE					VIDA ÚTIL	1 día	4
BEBIDA							
CANT. REQ.	UNIDAD	CANT.	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
400	gr	1000	2.80	PATA DE CERDO	Lavar, Cocinar	Lavar la pata bien y ponerlo en la olla de presión con cebolla, y la rama de perejil, cocinar hasta que la carne este blanda. En otra olla refreír la cebolla picada El aceite, el achote, sal ,agregar la leche y el maní	1.12
4	gr	30	0.25	PEREJIL	Pelar, Picar , Cocinar		0.03
100	gr	454	0.40	CEBOLLA	Pelar, Picar , Cocinar		0.09
30	ml	1000	2.20	ACEITE	Pelar, Picar brunoise		0.07
150	ml	1000	0.75	LECHE			0.11
250	gr	454	1.00	MOTE			0.55
15	ml	500	1.50	ACHIOTE			0.05
5	gr	1000	15.00	OREGANO			0.08
50	gr	454	1.30	MANÍ			0.14
				SAL			
							
						COSTO TOTAL	2.23
						COSTO UNITARIO	0.56
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE							
Tabla plástica							
Cuchillo							
Bowl							
Olla de Presión							
Cacerola							
TÉCNICAS A UTILIZARSE							
Lavar							
Cocinar							
Pelar							
Hervir							

9. LOCRO DE QUESO

NOMBRE DE LA RECETA					LOCRO DE QUESO		N°
SOPAS		X			TIEMPO DE PREP.	1 hora	9
PLATO FUERTE					ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE					VIDA ÚTIL	1 día	4
BEBIDA							
CANT. REQ.	UNIDAD	CANT.	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
400	gr	454	0.22	PAPA	Lavar, Picar en dados	Freír la cebolla y el ajo en el aceite con el achiote, añada seis tazas de agua y una vez que hierva incorpore las papas. Cocine las papas hasta que estén blandas, luego añada el queso, la sal y la pimienta; deje hervir por 5 minutos más.	0.19
20	gr	454	2.50	AJO	Pelar, Picar brunoise		0.11
130	gr	454	0.40	CEBOLLA BLANCA	Lavar, Picar		0.11
10	ml	1000	2.20	ACEITE			0.02
200	ml	1000	0.75	LECHE			0.15
250	gr	500	1.70	QUESO	Picar dados		0.85
15	ml	500	1.50	ACHIOTE			0.05
3	gr	1000	4.00	OREGANO			0.01
2	gr	1000	15.00	PIMIENTA			0.03
C/N				SAL			
							
						COSTO TOTAL	1.53
						COSTO UNITARIO	0.38
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE							
Tabla plástica, Bowl, Cuchillo							
sartén							
Cacerola							
TÉCNICAS A UTILIZARSE							
Lavar							
Cocinar							
Pelar							
Hervir							
Sofreír							


10. LOCRO DE MELLOCO

NOMBRE DE LA RECETA					LOCRO DE MELLOCO		N°
SOPAS				X	TIEMPO DE PREP.	1 hora	10
PLATO FUERTE					ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE					VIDA ÚTIL	1 día	4
BEBIDA							
CANT. REQ.	UNIDAD	CANT.	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
600	gr	454	0.22	PAPA	Lavar, Picar en dados	Freír la cebolla y el ajo en el aceite con el achiote, añada seis tazas de agua y una vez que hierva incorpore las papas y el melloco Cocine las papas hasta que estén blandas, luego añada el queso, la sal y la pimienta; deje hervir por 5 minutos más.	0.29
20	gr	454	2.50	AJO	Pelar, Picar brunoise		0.11
130	gr	454	0.40	CEBOLLA BLANCA	Lavar, Picar		0.11
10	ml	1000	2.20	ACEITE			0.02
300	ml	1000	0.75	LECHE			0.23
400	gr	500	0.60	MELLOCO	Picar		0.48
15	ml	500	1.50	ACHIOTE			0.05
5	gr	1000	4.00	OREGANO			0.02
3	gr	1000	15.00	PIMIENTA			0.05
C/N				SAL			
							
						COSTO TOTAL	1.35
						COSTO UNITARIO	0.34
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE							
Tabla plástica							
Cuchillo							
Bowl							
sartén							
Cacerola							
TÉCNICAS A UTILIZARSE							
Lavar							
Cocinar							
Pelar							
Hervir							
Sofreír							


11. LOMO APANADO

NOMBRE DE LA RECETA					LOMO APANADO		N°
SOPAS					TIEMPO DE PREP.	1 hora	11
PLATO FUERTE				X	ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE					VIDA ÚTIL	1 día	4
BEBIDA							
CANT. REQ.	UNIDAD	CANT.	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
280	gr	454	2.80	LOMO	Limpiar, Filetear, Apanar	Filetear el lomo y salpimentar. Limpiar y pelar los vegetales y poner a cocinar. Realizar el arroz. Por ultimo freír el lomo ya apanado y montar el plato	1.73
1	U	30	3.00	HUEVO			0.10
50	gr	400	1.00	APANADURA	Tamizar		0.13
50	gr	454	0.50	HARINA	Tamizar		0.06
60	gr	454	0.30	COLIFLOR	Pelar, picar, cocinar		0.04
60	gr	454	0.30	BROCOLI	Pelar, picar, cocinar		0.04
90	gr	454	0.20	ZANAHORIA	Pelar, picar, cocinar		0.04
120	gr	454	0.53	ARROZ	Cocinar		0.14
100	ml	1000	2.20	ACEITE			0.22
2	U	10	0.5	LIMÓN			0.10
1	gr	1000	15.00	PIMIENTA			0.02
C/N				SAL			
							
						COSTO TOTAL	2.60
						COSTO UNITARIO	0.65
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE							
Tabla plástica, Bowl, Cuchillo							
sartén							
Cacerolas							
TÉCNICAS A UTILIZARSE							
Lavar							
Cocinar							
Pelar							
Filetear							
Apanar							
Tamizar							


12. BISTEC DE CARNE

NOMBRE DE LA RECETA					BISTEC DE CARNE		N°
SOPAS					TIEMPO DE PREP.	1 hora	12
PLATO FUERTE					ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE					VIDA ÚTIL	1 día	4
BEBIDA							
CANT. REQ.	UNIDAD	CANT.	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
280	gr	454	2.80	LOMO	Limpiar, Filetear	Filetear el lomo y salpimentar. Sellar la carne en un sartén. Sofreír la cebolla, el tomate y el pimiento agregar la pasta de tomate agregar la carne sellada. Cocinar el maduro. Realizar el arroz.	1.73
70	gr	454	0.40	CEBOLLA	Picar juliana		0.06
90	gr	454	0.50	TOMATE	Picar media luna		0.10
70	gr	454	0.35	PIMIENTO	Picar juliana		0.05
1	U	1	0.20	MADURO	Pelar, picar, cocinar		0.20
200	gr	454	0.53	ARROZ	Cocinar		0.23
30	gr	4000	11.00	PASTA			0.08
1	gr	1000	15.00	TOMATE			0.02
C/N				SAL			
							
						COSTO TOTAL	2.47
						COSTO UNITARIO	0.62
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE							
Tabla plástica							
Cuchillo							
Bowl							
sartén							
Cacerolas							
TÉCNICAS A UTILIZARSE							
Lavar							
Cocinar							
Pelar							
Filetear							
Juliana							
Sellar							


13. LOMO AL VINO

NOMBRE DE LA RECETA					LOMO AL VINO		N°
SOPAS					TIEMPO DE PREP.	1 hora	13
PLATO FUERTE					ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE					VIDA ÚTIL	1 día	4
BEBIDA							
CANT. REQ.	UNIDAD	CANT.	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
280	gr	454	2.80	LOMO	Limpiar, Cortar cubos	Saltear el lomo Sofreír el ajo la cebolla, el tomate agregar la carne sellada. Verter el vino y dejar reducir Realizar el arroz. Preparar la ensalada uniendo los tres vegetales	1.73
60	gr	454	0.40	CEBOLLA	Picar juliana		0.05
50	gr	454	0.50	TOMATE	Picar media dados		0.06
20	ml	1000	2.20	ACEITE			0.04
2	gr	454	2.50	AJO	Picar brunoise		0.01
50	ml	750	3.20	VINO			0.21
90	gr	454	0.20	ZANAHORIA	Pelar picar		0.04
90	gr	454	0.50	COLIFLOR	Limpiar		0.10
90	gr	454	0.50	ARVEJA	Cocinar		0.10
200	gr	454	0.53	ARROZ	Cocinar		0.23
1	gr	1000	15	PIMIENTA			0.02
C/N				SAL			
							
						COSTO TOTAL	2.59
						COSTO UNITARIO	0.65
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE							
Tabla plástica, Cuchillo, Bowl							
sartén							
Cacerolas							
TÉCNICAS A UTILIZARSE							
Lavar							
Cocinar							
Pelar							
Filetear							
Juliana							
Sellar							

14. LOMO A LA PLANCHA

NOMBRE DE LA RECETA					LOMO A LA PLANCHA		N°
SOPAS					TIEMPO DE PREP.	1 hora	14
PLATO FUERTE					ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE					VIDA ÚTIL	1 día	4
BEBIDA							
CANT. REQ.	UNIDAD	CANT.	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
280	gr	454	2.80	LOMO	Limpiar, Cortar cubos	Salpimentar la carne, agregar en la plancha caliente mantequilla y ajo en brunoise y cocer la carne. En un sartén poner mantequilla y perejil y dejar reducir la mantequilla después agregar las papas. Preparar la ensalada uniendo los tres vegetales previamente cocidos	1.73
200	gr	454	0.22	PAPA	Picar bastones		0.10
3	gr	30	0.25	PEREJIL	Picar		0.03
30	gr	454	1.80	MANTEQUILLA			0.12
3	gr	454	2.50	AJO	Picar brunoise		0.02
90	gr	454	0.20	ZANAHORIA	Pelar picar		0.04
90	gr	454	0.50	COLIFLOR	Limpiar		0.10
90	gr	454	0.50	ARVEJA	Cocinar		0.10
2	U	10	0.50	LIMÓN			0.10
1	gr	1000	15	PIMIENTA			0.02
160	gr	454	0.53	ARROZ	Cocinar		0.19
C/N				SAL			
						COSTO TOTAL	2.52
						COSTO UNITARIO	0.63
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE							
Tabla plástica, Cuchillo, Bowl							
Sartén							
Cacerolas							
TÉCNICAS A UTILIZARSE							
Lavar							
Cocinar							
Pelar							
Filetear							
Sellar							

15. POLLO A LA COCA COLA

NOMBRE DE LA RECETA					POLLO A LA COCA COLA		N°
SOPAS					TIEMPO DE PREP.	1 hora	15
PLATO FUERTE				X	ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE					VIDA ÚTIL	1 día	4
BEBIDA							
CANT. REQ.	UNIDAD	CANT	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
400	gr	454	1.20	PIERNAS DE POLLO	Limpiar, Cocinar	Sellamos el pollo en un sartén con aceite, ajo, Añadimos agua , las cebollas y dejamos hervir por 10 min. Verter la coca cola en la preparación y dejar hervir Realizar el arroz. Preparar la ensalada uniendo los tres vegetales previamente cocidos	1.06
200	ml	1300	1.00	COCA COLA			0.15
90	gr	454	0.40	CEBOLLA	Picar juliana		0.08
20	ml	1000	2.20	ACEITE			0.04
2	gr	454	2.50	AJO	Picar brunoise		0.01
90	gr	454	0.20	ZANAHORIA	Pelar picar Cocinar		0.04
90	gr	454	0.50	VIAINA	Pelar picar Cocinar		0.10
90	gr	454	0.50	CHOCLO	Cocinar		0.10
200	gr	454	0.53	ARROZ	Cocinar		0.23
1	gr	1000	15	PIMIENTA			0.02
C/N				SAL			
							
						COSTO TOTAL	1.83
						COSTO UNITARIO	0.46
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE							
Tabla plástica							
Cuchillo							
Bowl							
sartén							
Cacerolas							
TÉCNICAS A UTILIZARSE							
Lavar							
Cocinar							
Pelar							
Juliana							
Sellar							


16. POLLO AL HORNO

NOMBRE DE LA RECETA					POLLO AL HORNO		N°
SOPAS					TIEMPO DE PREP.	1 hora	16
PLATO FUERTE				X	ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE					VIDA ÚTIL	1 día	4
BEBIDA							
CANT. REQ.	UNIDAD	CANT.	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
440	gr	454	1.20	PIERNAS DE POLLO	Limpiar, Cocinar	Preparar un aliño licuando cebolla, ajo y cilantro y adobar el pollo añadiendo salsa china sal y pimienta. Llevar el pollo ya adobado al horno a 180°C por 45 min. Realizar el arroz. Preparar la ensalada uniendo los tres vegetales previamente cocidos	1.16
50	ml	300	1.00	SALSA CHINA			0.17
60	gr	454	0.40	CEBOLLA	Limpiar Licuar		0.05
60	gr	454	0.40	PIMIENTO	Licuar		0.05
5	gr	454	2.50	AJO	Licuar		0.03
5	gr	25	0.30	CILANTRO	Licuar		0.06
90	gr	454	0.20	ZANAHORIA	Pelar picar Cocinar		0.04
90	gr	454	0.50	VIAINA	Pelar picar Cocinar		0.10
90	gr	454	0.50	CHOCLO	Cocinar		0.10
200	gr	454	0.53	ARROZ	Cocinar		0.23
2	gr	1000	15	PIMIENTA			0.03
C/N				SAL			
							
						COSTO TOTAL	2.02
						COSTO UNITARIO	0.51
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE							
Tabla plástica							
Cuchillo							
Bowl							
sartén							
licuadora							
Cacerolas							
TÉCNICAS A UTILIZARSE							
Lavar							
Cocinar							
Pelar							
Licuar							

17. POLLO CON TOCINO

NOMBRE DE LA RECETA					POLLO CON TOCINO		N°
SOPAS					TIEMPO DE PREP.	1 hora	17
PLATO FUERTE					ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE					VIDA ÚTIL	1 día	4
BEBIDA							
CANT. REQ.	UNIDAD	CANT.	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
360	gr	454	1.20	PIERNAS DE POLLO	Limpiar, Cocinar	En un sartén añadir mantequilla el ajo y la cebolla blanca y sofreír agregar el tocino y seguidamente el pollo agregar agua y dejar hervir por 20 minutos después rectificar sabores Realizar el arroz. Preparar la ensalada uniendo los tres vegetales previamente cocidos	0.95
40	gr	454	0.50	CEBOLLA BLANCA	Brunoise		0.04
50	gr	454	1.80	MANTEQUILLA			0.20
5	gr	454	2.50	AJO	Brunoise		0.03
50	gr	1000	10.00	TOCINO			0.50
3	gr	25	0.30	CILANTRO			0.04
90	gr	454	0.20	ZANAHORIA	Pelar picar Cocinar		0.04
90	gr	454	0.50	VIAINA	Pelar picar Cocinar		0.10
90	gr	454	0.50	COLIFLOR	Cocinar		0.10
200	gr	454	0.53	ARROZ	Cocinar		0.23
2	gr	1000	15	PIMIENTA			0.03
C/N				SAL			
							
COSTO TOTAL							2.26
COSTO UNITARIO							0.56
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE							
Tabla plástica							
Cuchillo							
Bowl							
sartén							
Cacerolas							
TÉCNICAS A UTILIZARSE							
Lavar							
Cocinar							
Pelar							
Brunoise							
Sellar							

18. CERDO A LA DANESA

NOMBRE DE LA RECETA					CERDO A LA DANESA		N°
SOPAS					TIEMPO DE PREP.	1 hora	18
PLATO FUERTE				X	ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE					VIDA ÚTIL	1 día	4
BEBIDA							
CANT. REQ.	UNIDAD	CANT.	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
280	gr	454	2.80	COSTILLA DE CERDO	Limpiar, Cocinar	En un sartén añadir	1.73
60	gr	454	0.50	CEBOLLA	Brunoise	mantequilla el	0.07
30	gr	454	1.80	MANTEQUILLA		ajo y la cebolla	0.12
2	gr	454	2.50	AJO	Brunoise	seguidamente las	0.01
2	U	7	0.50	MARACUYA		costillas de cerdo	0.14
2	gr	25	0.30	CILANTRO	Picar	agregar agua y	0.02
90	gr	454	0.20	ZANAHORIA	Pelar picar Cocinar	dejar hervir por	0.04
90	gr	454	0.50	COL MORADA	picar Cocinar	20 minutos	0.10
90	gr	454	0.50	ARVEJA	Cocinar	después	0.10
200	gr	454	0.53	ARROZ	Cocinar	rectificar sabores	0.23
1	gr	1000	15	PIMIENTA		Realizar el arroz.	0.02
C/N				SAL		Preparar la	
						ensalada	
						uniendo los tres	
						vegetales	
						previamente	
						cocidos	
						COSTO TOTAL	2.58
	COSTO UNITARIO	0.64					

IMPLEMENTOS A UTILIZARSE

Tabla plástica, Cuchillo, Bowl

sartén

licuadora

Cacerolas

TÉCNICAS A UTILIZARSE

Lavar


Cocinar

Pelar

Brunoise

Sellar

19. CHULETA A LA PLANCHA

NOMBRE DE LA RECETA					CHULETA DE CERDO A LA PLANCHA		N°
SOPAS					TIEMPO DE PREP.	1 hora	19
PLATO FUERTE				X	ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE					VIDA ÚTIL	1 día	4
BEBIDA							
CANT. REQ.	UNIDAD	CANT.	COSTO REFERENCIAL	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
360	gr	454	3.00	CHULETA	Limpiar, Cocinar	Preparar un aliño licuando cebolla, ajo y cilantro y adobar la chuleta añadiendo salsa china, sal y pimienta. En la plancha caliente verter aceite y preparar la chuleta. Realizar el arroz. Preparar la ensalada uniendo los tres vegetales previamente cocidos	2.38
15	ml	300	1.00	SALSA CHINA			0.05
30	gr	454	0.40	CEBOLLA	Limpiar Licuar		0.03
30	gr	454	0.35	PIMIENTO	Licuar		0.02
5	gr	454	2.50	AJO	Licuar		0.03
3	gr	25	0.30	CILANTRO	Licuar		0.04
20	ml	1000	2.20	ACEITE			0.04
90	gr	454	0.40	CEBOLLA PERLA	Pelar picar aros		0.08
70	gr	454	0.50	TOMATE	picar media luna		0.08
1/4	U	1	0.60	LECHUGA CRESPA	Lavar		0.15
200	gr	454	0.50	ARROZ	Cocinar		0.22
1	U	12	0.50	LIMÓN			0.04
1	gr	1000	12.00	PIMIENTA			0.01
C/N				SAL			
							
						COSTO TOTAL	3.17
						COSTO UNITARIO	0.79
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE							
Tabla plástica, Cuchillo, Bowl, sartén, licuadora							
Cacerolas							
TÉCNICAS A UTILIZARSE							
Lavar							
Cocinar							
Pelar							
Juliana							
Sellar							

20. CORVINA FRITA

NOMBRE DE LA RECETA					CORVINA FRITA		N°
SOPAS					TIEMPO DE PREP.	1 hora	20
PLATO FUERTE				X	ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE					VIDA ÚTIL	1 día	4
BEBIDA							
CANT. REQ.	UNIDAD	CANT.	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
360	gr	1000	4.00	CORVINA	Limpiar, Cocinar	Preparar un aliño licuando cebolla, ajo y cilantro y adobar la corvina añadiendo salsa china, sal y pimienta. Enharinar la corvina y freír Realizar el arroz. Preparar la ensalada uniendo los tres vegetales previamente cocidos	1.44
200	gr	454	0.22	PAPA			0.10
30	gr	454	0.40	CEBOLLA	Limpiar Licuar		0.03
30	gr	454	0.40	PIMIENTO	Licuar		0.03
5	gr	454	2.50	AJO	Licuar		0.03
2	gr	25	0.30	CILANTRO	Licuar		0.02
70	gr	454	0.50	HARINA	Tamizar		0.08
100	ml	1000	2.20	ACEITE			0.22
90	gr	454	0.40	CEBOLLA PERLA	Pelar picar aros		0.08
90	gr	454	0.50	TOMATE	picar media luna		0.10
1/4	U	1	0.60	LECHUGA CRESPA	Lavar		0.15
1	U	10	0.50	LIMÓN			0.05
1	gr	1000	12.00	PIMIENTA			0.01
C/N				SAL			
							
						COSTO TOTAL	2.33
						COSTO UNITARIO	0.58
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE							
Tabla plástica, Cuchillo, Bowl							
sartén							
licuadora							
Cacerolas							
TÉCNICAS A UTILIZARSE							
Lavar							
Cocinar							
Pelar							
Juliana, Enharinar							


21. ESPONJADO DE MORA

NOMBRE DE LA RECETA					ESPONJADO DE MORA		N°
SOPAS					TIEMPO DE PREPARACIÓN	1 hora	21
PLATO FUERTE					ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE					VIDA ÚTIL	1 día	10
BEBIDA							
CANT. REQ.	UNIDAD	CANT.	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
3	U	30	3.00	HUEVOS	Claros	Separar las claras de las yemas Batir las claras hasta punto de nieve y añadir azúcar. Licuar la mora, sacar la pulpa y mezclar con la gelatina previamente hidratada. Mezclar la pulpa con las claras. Por ultimo mezclar la crema de leche y las claras con movimientos envolventes.	0.30
80	gr	454	0.50	AZUCAR			0.09
1	U	4	0.90	GELATINA SIN SABOR	Hidratar		0.23
90	ml	200	0.90	CREMA DE LECHE			0.41
150	gr	454	1.00	MORA	Licuar		0.33
							
						COSTO TOTAL	1.35
						COSTO UNITARIO	0.13
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE							
batidora							
bowl							
molde							
licuadora							
Cacerolas							
TÉCNICAS A UTILIZARSE							
punto de nieve							
hidratar							
cascar							
movimientos envolventes							
mezclar							

22. TORTA DEMADURO

NOMBRE DE LA RECETA					TORTA DE MADURO		N°
SOPAS					TIEMPO DE PREPARACIÓN	1 hora	22
PLATO FUERTE					ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE					VIDA ÚTIL	3 días	10
BEBIDA							
CANT. REQ.	UNIDAD	CANT.	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
4	U	1	0.20	MADURO	Rallar	Rallar los	0.80
2	U	30	3.00	HUEVOS	Cascar	maduros	0.20
100	gr	454	0.50	AZUCAR		Batir el azúcar	0.11
200	gr	454	0.50	HARINA	Tamizar	con la	0.22
70	gr	454	1.80	MANTEQUILLA		mantequilla	0.28
30	gr	454	2.00	PASAS		luego añadir los	0.13
3	gr	7	0.25	POLVO DE HORNEAR		huevos, después la harina y el	0.11
						poco a poco por	
						ultimo verter el	
						maduro y las	
						pasas y mezclar	
						hasta lograr la	
						masa adecuada.	
						Verter la	
						preparación en	
						un molde y	
						hornear por 45 minutos a 180 grados centígrados	
						COSTO TOTAL	1.85
						COSTO UNITARIO	0.18
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE							
batidora							
bowl							
molde							
horno							
Cacerolas							
TÉCNICAS A UTILIZARSE							
rallar							
batir							
cascar							
movimientos envolventes							
mezclar							


23. MOUUSE DE CHOCOLATE

NOMBRE DE LA RECETA					MOUSSE DE CHOCOLATE			N°
SOPAS					TIEMPO DE PREPARACIÓN	1 hora	23	
PLATO FUERTE					ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX	
POSTRE				X	VIDA ÚTIL	1 día	8	
BEBIDA								
CANT. REQ.	UNIDAD	CAN T.	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO	
150	gr	1000	3.60	CHOCOLATE	Rallar	Cascar los	0.54	
3	U	30	3.00	HUEVOS	Cascar	huevos y separar	0.30	
70	gr	454	0.50	AZUCAR		las claras de las	0.08	
30	gr	454	1.80	MANTEQUILLA	Tamizar	yemas.	0.12	
1	U	4	0.90	GELATINA SIN SABOR	Hidratar	Batir las claras a punto de nieve.	0.23	
						En una cacerola		
						derretir el		
						chocolate con la		
						mantequilla y el		
						azúcar y dejar		
						enfriar.		
						Mezclar con		
						movimientos		
						envolventes las		
						claras con el		
						chocolate y		
						añadir la gelatina		
						sin sabor.		
						COSTO TOTAL	1.26	
						COSTO UNITARIO	0.16	
								
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE								
batidora								
bowl								
espátula de goma								
Cacerolas								
rallador								
TÉCNICAS A UTILIZARSE								
hidratar								
batir								
cascar								
movimientos envolventes								
mezclar								

24. COMPOTA DE BABACO

NOMBRE DE LA RECETA					COMPOTA DE BABACO		N°
SOPAS					TIEMPO DE PREPARACIÓN	1 hora	24
PLATO FUERTE					ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE					VIDA ÚTIL	1 día	12
BEBIDA							
CANT. REQ.	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
1	U	1	1.00	BABACO	Picar	Pelar el babaco y cortarlo en trozos pequeños. En una cacerola poner el babaco y la azúcar , agregar la canela y dejar cocer por 30 minutos	1.00
200	gr	454	0.50	AZUCAR			0.22
1	gr	1000	5.00	CANELA			0.01
						COSTO TOTAL	1.23
						COSTO UNITARIO	0.10
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE							
bowl							
Cacerolas							
TÉCNICAS A UTILIZARSE							
batir							
mezclar							

25. GUINEOS TURCOS

NOMBRE DE LA RECETA					GUINEOS TURCOS		N°
SOPAS					TIEMPO DE PREPARACIÓN	1 hora	25
PLATO FUERTE					ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE					VIDA ÚTIL	1 día	8
BEBIDA							
CANT. REQ.	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
4	U	1	0.04	GUINEOS	Picar	En un sartén colocar azúcar y preparar un caramelo no muy oscuro agregar agua, canela y esencia de vainilla, luego cocinar los guineos en esta preparación.	0.16
300	gr	454	0.50	AZUCAR	caramelizar		0.33
2	gr	1000	5.00	CANELA			0.01
7	ml	100	0.80	ESENCIA DE VAINILLA			0.06
						COSTO TOTAL	0.56
						COSTO UNITARIO	0.07
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE							
bowl							
Cacerolas							
TÉCNICAS A UTILIZARSE							
Caramelizar							
Cocinar							


26. GELATINA CON CREMA

NOMBRE DE LA RECETA					GELATINA CON CREMA		N°
SOPAS					TIEMPO DE PREPARACIÓN	1 hora	26
PLATO FUERTE					ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE				X	VIDA ÚTIL	3 días	15
BEBIDA							
CANT. REQ.	UNIDAD	CANT.	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
250	gr	454	2.00	GELATINA		Preparar la gelatina colocar en un recipiente para que se enfrié. En un bowl mezclar leche con crema de leche y agregar a la gelatina.	1.10
100	ml	1000	0.75	LECHE			0.08
50	ml	200	0.90	CREMA DE LECHE			0.23
							
						COSTO TOTAL	1.40
						COSTO UNITARIO	0.09
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE							
bowl							
Cacerolas							
TÉCNICAS A UTILIZARSE							
Mezclar							
Cocinar							

27. FLAN DE VAINILLA

NOMBRE DE LA RECETA					FLAN DE VAINILLA		N°
SOPAS					TIEMPO DE PREPARACIÓN	1 hora	27
PLATO FUERTE					ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE					VIDA ÚTIL	3 días	15
BEBIDA							
CANT. REQ.	UNIDAD	CANT.	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
1	sobre	1	1.00	FLAN DE VAINILLA		Preparar la miel para el flan colocando azúcar en un sartén y dejando caramelizar luego agregamos agua y dejamos cocer por unos minutos sin dejar que se queme luego preparar el flan hirviendo la leche y colocando un sobre del flan de vainilla.	1.00
600	ml	1000	0.75	LECHE	Hervir		0.45
50	gr	454	0.50	AZÚCAR	Caramelizar		0.06
						COSTO TOTAL	1.51
						COSTO UNITARIO	0.10
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE							
bowl							
Sartén							
Cacerolas							
TÉCNICAS A UTILIZARSE							
Caramelizar							
Mezclar							
Cocinar							


28. QUESO DE PIÑA

NOMBRE DE LA RECETA					QUESO DE PIÑA		N°
SOPAS					TIEMPO DE PREPARACIÓN	1 hora	28
PLATO FUERTE					ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE					VIDA ÚTIL	3 días	15
BEBIDA							
CANT. REQ.	UNIDAD	CANT.	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
200	gr	454	2.00	GELATINA		Pelar y cortar en dados pequeños la piña y poner a cocinar en una cacerola con el azúcar una vez cocinada.	0.88
100	ml	1000	0.75	LECHE			0.08
50	ml	200	0.90	CREMA DE LECHE			0.23
1/2	UNIDAD	1	1.00	PIÑA	pelar, dados pequeños		0.50
200	gr	454	0.50	AZUCAR		Preparar la gelatina y añadir la piña y verter en una bandeja onda Y dejar enfriar	0.22
						Mezclar la crema de leche con la leche y verter en la gelatina que está enfriándose.	
						COSTO TOTAL	1.90
						COSTO UNITARIO	0.13
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE							
bowl							
bandeja onda							
Cacerolas							
TÉCNICAS A UTILIZARSE							
Picar							
Mezclar							
Cocinar							

29. MOUSSE DE MANGO

NOMBRE DE LA RECETA					MOUSSE DE MANGO			N°
SOPAS					TIEMPO DE PREPARACIÓN	1 hora	27	
PLATO FUERTE					ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX	
POSTRE				X	VIDA ÚTIL	3 días	15	
BEBIDA								
CANT. REQ.	UNIDAD	CANT.	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO	
2	UNIDAD	1	0.50	MANGO	Lavar, pelar, pulpa	Batir las claras del huevo a punto de nieve. Mezclar la gelatina sin sabor previamente hidratada con la pulpa del mango. Añadir la pulpa en el recipiente con las claras y batir luego con movimientos envolventes mezclar la crema de leche y poner en una bandeja y dejar enfriar	1.00	
3	UNIDAD	30	3.00	HUEVOS	Cascar, claras		0.30	
70	gr	454	0.50	AZÚCAR			0.08	
100	ml	200	0.90	CREMA DE LECHE	batir		0.45	
1	UNIDAD	4	0.90	GELATINA SIN SABOR	hidratar		0.23	
								
						COSTO TOTAL	2.05	
						COSTO UNITARIO	0.14	
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE								
bowl								
batidora								
licuadora								
bandeja onda								
Cacerolas								
TÉCNICAS A UTILIZARSE								
batir								
Mezclar								
licuar								
movimientos envolventes								

30. MANZANA AL HORNO

SOPAS					TIEMPO DE PREPARACIÓN	1 hora	30
PLATO FUERTE					ALMACENAMIENTO	Refrigeración	PAX
POSTRE				X	VIDA ÚTIL	1 día	7
BEBIDA							
CANT. REQ.	UNIDAD	CANT.	COSTO REF.	INGREDIENTE	MICE EN PLACE	PROCEDIMIENTO	COSTO
7	UNIDAD	7	1.00	MANZANA	Lavar, descorazonar	Descorazonar las manzanas y dejar un orificio para poder colocar el relleno. Preparar el relleno mezclando mantequilla azúcar y pasas y rellenar las manzanas. Poner las manzanas en una bandeja y llevar al horno a 180 grados centígrados por 30 minutos	1.00
40	gr	454	1.80	MANTEQUILLA			0.16
50	gr	454	0.50	AZÚCAR			0.06
30	gr	454	2.00	PASAS			0.13
1	gr	1000	5.00	CANELA			0.01
						COSTO TOTAL	1.35
						COSTO UNITARIO	0.19
IMPLEMENTOS A UTILIZARSE							
cuchillo							
bowl							
bandeja onda							
Cacerolas							
TÉCNICAS A UTILIZARSE							
hornear							
Mezclar							
descorazonar							
rellenar							

ANEXO 4 PÁGINA WFR

Inicio

Mapa del sitio

RSS

Imprimir

GitanoRestoBar&Grill

Excelencia en Sabor y Calidad

Inicio

¿Quiénes somos?

Eventos

Especiales

Contáctenos

Buscar en el sitio

Q

Contacto

GitanoRestoBar&Grill
Ayacucho entre Larrea y Cristóbal Colón
Riobamba
0987704361
edwinfb07@gmail.com

¡Bienvenidos a GitanoRestoBar&Grill!

Somos una empresa que brinda servicios gastronómicos de calidad con una variedad en su oferta alimentaria.

Contando con personal capacitado que brindará servicio eficaz, de calidad, siendo el cliente la prioridad número uno del establecimiento, y tratando de que el cliente disfrute al recibir el servicio ofertado.

Atendemos exposiciones, conferencias, presentaciones de ventas, reuniones corporativas, conferencias de prensa, eventos deportivos y culturales, fiestas y reuniones sociales.

Le invitamos a conocer más sobre nuestros servicios en nuestro sitio web. No dude en [contactarnos](#) para poder ofrecerle un servicio personalizado.

Visítenos, para tener el gusto de atenderle. Estaremos complacidos de ayudarlo a planear y organizar su evento.

Ayacucho entre Larrea y Cristóbal Colón , Riobamba .

Especiales

[Fechas Especiales](#)
12.10.2015 19:32
Conozca nuestros paquetes para eventos de fechas especiales:
Fiestas de Fin de Año Fiestas...

[Apoyo en Coordinación](#)
12.10.2015 19:31
Le ayudamos en la planificación de su evento desde la fase inicial:
Idea...